

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра туристичного бізнесу

Рег. № _____

«До захисту»

Зав.кафедрою:
проф. Каплін А.Д.

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В ТУРЕЧЧИНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

(дипломна робота магістра)

Виконавець:
студентка 5-го курсу
група УТ-51

Крамаренко О.С.

Науковий керівник:
к.г.н., доцент

Ю.П. Грицак

Харків 2009

ЗМІСТ

ВСТУП	3
Розділ 1. МЕТОДИ АНАЛІЗУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КРАЇНІ	5
1.1. Основні поняття і показники в економіці туризму	5
1.2. Вплив туризму на економіку регіону	8
1.3. Індикатори конкурентоспроможності туризму	11
1.4. Вимір економічної дії туризму	17
1.5. Висновки з першого розділу	20
Розділ 2. ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК ТУРЕЧЧИНИ	22
2.1. Загальні відомості про країну	22
2.2. Рельєф країни	24
2.3. Клімат країни	28
2.4. Медичні обставини	30
2.5. Визначні пам'ятки Туреччини	32
2.6. Популярні види туризму	37
2.7. Приклади туристичних маршрутів	46
2.8. Транспорт у Туреччині	50
2.9. Роль держави в розвитку туризму	52
2.10. Висновки з другого розділу	55
Розділ 3. РІВЕНЬ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТУРЕЧЧИНИ	57
3.1. Основні показники туристичної галузі Туреччини	57
3.2. Структура індустрії туризму	59
3.3. Вплив туризму на економіку	63
3.4. Конкурентоспроможність індустрії туризму	73
ВИСНОВКИ	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	79
Додатки	83

ВСТУП

На нашій планеті багато чудових місць, які хочеться відвідати, до яких належить і Туреччина. Ця країна з захопливою історією, історичними пам'ятниками, чудовою природою і цілющим кліматом приваблює мільйони туристів з усіх кінців світу.

У сучасних умовах економічному аспекту в туристичному бізнесі надається особлива значущість, і для ефективного здійснення туристичного бізнесу підприємець повинен бути добре обізнаний у питаннях економіки туризму. *Об'єкт дослідження* – туристична індустрія Туреччини.

Предмет дослідження – рівень розвитку туризму.

Мета дослідження: оцінка рівня розвитку і конкурентоспроможності туристичної індустрії Туреччини.

Для досягнення мети вирішувалися такі *завдання*:

- добір і вивчення теоретичних матеріалів з методики аналізу розвитку туризму в країні;
- збирання і оброблення інформаційних і статистичних матеріалів про стан туристичної індустрії Туреччини;
- складання описової характеристики сучасного стану туристичної індустрії Туреччини;
- виконання розрахунків за оцінкою рівня розвитку галузі;
- аналіз індикаторів конкурентоспроможності і ключових проблем розвитку туризму в Туреччині.

Методичною основою виконання роботи є опубліковані розробки з економіки туристичної діяльності, методів оцінки рівня її розвитку і розрахунку індикаторів конкурентоспроможності [9, 18, 19, 20, 26, 30, 33, 57, 59].

Ступінь вивченості проблеми. Зрозуміло, що про туризм у такій популярній країні, як Туреччина, наявна величезна кількість рекламної інформації в Інтернеті, друкованої навчальної і довідкової літератури. Проте наукових пу-

блікацій, спеціальних аналітичних оглядів, які б безпосередньо співпадали з темою нашої роботи, не виявлено.

Практичне значення роботи: робота може бути використана як додатковий матеріал, довідкове і методичне допоміжне джерело для студентів економічних і географічних спеціальностей.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків; містить таблиці, статистичні додатки, список використаних джерел; викладена на 87 сторінках.

Розділ 1.

МЕТОДИ АНАЛІЗУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КРАЇНІ

1.1. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ І ПОКАЗНИКИ В ЕКОНОМІЦІ ТУРИЗМУ

Туризм – це тимчасовий виїзд (подорож) людей з постійного місця проживання з оздоровчою, пізнавальною, професійно-діловою, спортивною, релігійною й іншою метою без заняття оплачуваною діяльністю в країні (місці) тимчасового перебування.

Туризм, як товар, реалізується у формі послуг. Туром є комплекс різних послуг (розміщення, харчування, транспортні послуги, побутові, туристські, екскурсійні тощо), об'єднаних на основі головної мети подорожі, і надаються на певному маршруті в певний термін. Окрім послуг, туристи можуть купувати товари туристського призначення. Сукупність послуг і товарів туристського призначення утворює поняття «Туристичний продукт». Турпродукт включає:

- тури, об'єднані за цілеспрямованістю (пізнавальні, оздоровчі тощо);
- туристсько-екскурсійні послуги різних видів (розміщення, харчування, транспортні послуги тощо);
- товари туристсько-сувенірного призначення (карти, листівки, сувеніри й ін.).

Туризм можна імпортувати в країну і експортувати з неї. Туристичний експорт – це вивіз із країни туристських вражень, який супроводжується одночасним ввезенням туристом грошей в дану країну. Туристичний імпорт – це ввіз у країну туристських вражень, який супроводжується одночасним вивозом туристом грошей із даної країни.

Туристична індустрія – це сукупність готелів й інших засобів розміщення, засобів транспорту, підприємств громадського харчування, засобів розваги, об'єктів пізнавального, ділового, оздоровчого й іншого призначення, організацій, що здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, а також установ, які надають екскурсійні послуги та послуги гідів-перекладачів.

Економіка туризму є системою відносин, що виникають у сфері туризму в процесі виробництва, розподілу, обміну і споживання результатів туристичної діяльності.

Економіка туристичної фірми – це сукупність чинників виробництва, фондів обігу і нематеріальних активів, доходів (прибутку), отриманих в результаті реалізації туристичного продукту і надання різних інших послуг (виконаних робіт). Вартісна оцінка активів і доходів туристичної фірми характеризує рівень і масштаби її розвитку.

Система показників розвитку туризму для регіону (країни) включає:

- обсяг туристського потоку;
- середню величину туристських витрат на добу;
- стан і розвиток матеріально-технічної бази;
- показники фінансово-економічної діяльності турфірми;
- показники розвитку міжнародного туризму.

Туристський потік – це постійне прибуття до країни туристів. Обсяги туристських потоків характеризуються такими показниками: загальна кількість туристів; кількість туроднів; середня тривалість перебування туристів у країні (регіоні).

Для розрахунку кількості туроднів необхідно помножити кількість відвідувачів на середню тривалість (у днях) перебування одного туриста в країні (регіоні). Інформація про туродні важлива під час планування суспільної інфраструктури і матеріально-технічної бази туризму. Таким чином, туродні (Д) – це найбільш важлива інформація для фахівців, що працюють у сфері туризму: $Д = Ч \times t_{cp}$, де Ч – кількість туристів; t – середня кількість днів, проведених у регіоні одним туристом.

За отриманими даними оцінюються передбачувані витрати кожного туриста за добу. Величина сумарних туристських витрат ($P_{сум}$) у даному регіоні визначається таким чином:

$P_{сум} = Д \times P_{cp}$, де P_{cp} – середні витрати туриста за добу.

Проте туристський потік – явище нерівномірне. Тому виведені коефіцієнти нерівномірності туристського потоку (K_H), які розраховуються трьома способами:

$$\begin{aligned} 1) K_H &= \frac{D_{\max}}{D_{\min}} \times 100 \% ; \\ 2) K_H &= \frac{D_{\max}}{D_{\text{год}}} \times 100 \% ; \\ 3) K_H &= \frac{D_{\max}}{D_{\text{см}}} \times 100 \% , \end{aligned}$$

де D_{\max} , D_{\min} – число туроднів у місяці максимального і мінімального туристського потоку відповідно, особ.-днів; $D_{\text{год}}$, $D_{\text{см}}$ – річна і середньомісячна кількість туроднів відповідно, особ.-днів [19].

Показники, що характеризують стан і розвиток матеріально-технічної бази туризму, – це ліжковий фонд готелів й інших засобів розміщення; кількість місць на підприємствах харчування, які обслуговують туристів; кількість місць на підприємствах розваг (аквапарки, театри тощо), відведених для туристів тощо.

Потужність ліжкового фонду визначається за формулою:

$$M_{\text{л}} = K_p \times 365 + K_c \times t_c, \text{ де } M_{\text{л}} - \text{потужність ліжкового фонду,}$$

де K_p – число ліжко-місць цілорічного використання; K_c – число ліжко-місць сезонного використання; t_c – число днів сезонного використання.

Показники фінансово-економічної діяльності турфірми включають: обсяг реалізації туристичних послуг або виручку від реалізації послуг туризму; показники використання робочої сили (продуктивність праці, рівень витрат на оплату праці й ін.); показники використання виробничих фондів (фондовіддача, оборотність оборотних коштів); собівартість послуг туризму; прибуток; рентабельність; фінансові показники (платоспроможність, ліквідність, фінансова стійкість, валютна самоокупність і ін.).

Окремо виділяються показники, що характеризують стан і розвиток міжнародного туризму:

- кількість туристів, що відвідали зарубіжні країни (визначається за кількістю перетинів державного кордону);
- кількість туроднів (визначається щодо іноземних туристів);
- грошові витрати, здійснені туристами під час зарубіжних поїздок.

1.2. Вплив туризму на економіку регіону

Туризм істотно впливає на економіку і розвиток регіону, сприяючи притоку валюти в країну, створенню нових робочих місць, поліпшенню інфраструктури тощо. Для отримання максимального прибутку від туризму кожна держава розробляє туристичну політику, яка є одним із видів соціально-економічної політики держави.

Туристична політика держави – це сукупність форм, методів і напрямів впливу держави на функціонування сфери туризму для досягнення конкретних цілей збереження і розвитку соціально-економічного комплексу.

Будь-яка держава, що розвиває туризм, прагне досягти максимальної економічної ефективності. Економічна ефективність цієї галузі означає отримання прибутку (економічного ефекту) від організації туризму в масштабах держави, туристичного обслуговування населення регіону, виробничо-обслуговуючої діяльності туристичної фірми.

Туризм як торгівлю послугами на світовому ринку можна назвати невидимим експортом, що вносить відповідний внесок до платіжного балансу країни. Позитивним явищем вважається той факт, коли сума ввезення туристами валюти перевищує суму вивозу валюти.

Прямий вплив туризму на економіку країни або регіону – це результат витрат туриста на покупку туристичних послуг і товарів. Прямий вплив – це результат внеску грошей туристами в туристичні підприємства, матеріальне забезпечення працівників туризму і створення нових робочих місць.

Окрім прямого впливу туристських витрат на розвиток регіону існує також непрямий вплив, або «ефект мультиплікатора», який набуває чинності у міру циркуляції туристських витрат в регіоні.

Поєднання прямого і непрямого впливу схеми витрат туристів визначає вплив на місцеву економіку в цілому. Ефект мультиплікатора – це кількість разів, яку гроші, вкладені туристами в місцеву економіку, були фактично витрачені в приймаючому регіоні.

Мультиплікатор зайнятості. Якщо пряма (безпосередня) зайнятість фіксується статистикою, то непряма зайнятість, що створювана галуззю туризму, може бути оцінена дуже приблизно за допомогою мультиплікатора зайнятості, який є різним по країнах і регіонах і залежить від їх економічної бази.

Мультиплікатор доходу. Зайнятість передбачає дохід, який стимулює економіку регіону. Люди і фірми вибирають один із двох способів розподілу прибутку: витратити прибуток на товари і послуги або заощадити частину прибутку. Економісти називають ці способи маржинальною схильністю до споживання (МСП) або маржинальною схильністю до заощадження (МСС) – відтоком грошей з місцевої економіки. Відтік маржинальних (додаткових) фондів із місцевої економіки може відбуватися двома шляхами: вони можуть бути заощаджені або використані на придбання імпортованих товарів. У будь-якому випадку такі дії сприяють відтоку фондів і не справляють стимулювального впливу на місцеву економіку.

Обсяги споживання прямо пропорційні розмірам доходів. Суб'єктивна схильність до споживання може бути середньою і граничною (маржинальною). Середня схильність до споживання людей або туристичних підприємств виражається відношенням споживаної частини доходу до всього доходу. Гранична схильність до споживання виражається відношенням зміни в споживанні до тієї зміни в доході, яка його викликала.

Слід зазначити, що і людина, і підприємство не тільки споживають, але і зберігають. Схильність до заощадження буває середньою і граничною (маржинальною). Середня схильність до заощадження виражається відношенням частини доходу, що зберігається, до всього доходу. Гранична схильність до заощадження виражається відношенням будь-якої зміни в заощадженнях до тієї зміни в доході, яка його викликала. Якщо валовий прибуток туристичного підприємства поділяється на споживання і заощадження, то приріст споживання плюс приріст заощадження завжди дорівнюють приросту доходу. У цих умовах сума маржинальної схильності до споживання і маржинальної схильності до заощадження дорівнює одиниці:

$$МСС + МСП = 1; МСП = 1 - МСС; МСС = 1 - МСП.$$

Щоб зрозуміти суть коефіцієнта доходу (КД), треба приблизно розрахувати, яка частка грошей туристів, що отримується туристичним регіоном, витрачається і яка частка заощаджується (витік).

Коефіцієнт доходу можна розрахувати за формулою [19]:

$$КД = \frac{1}{1 - МСП} = \frac{1}{МСС}$$

Витік грошових коштів. Витік – це комбінація заощаджень (гроші, які не надаються в позику) і імпорту (гроші, які витрачаються на туристські потреби за межами приймаючої держави). Якщо витрачаються гроші за кордоном на імпортні товари, то очевидно, що це негативно впливає на місцеву економіку. І аналогічно, якщо гроші відкладені у формі заощаджень, які не віддаються в позику протягом року, то вони також не справляють стимулюючого впливу на економіку.

Позитивними сторонами розвитку туризму для кожної країни є:

- збільшення грошового потоку в регіон, зокрема притоку іноземної валюти;
- зростання валового національного продукту;
- створення нових робочих місць;
- реформування структури відпочинку, що може бути використана як туристами, так і місцевим населенням;
- залучення капіталу, у тому числі й іноземного;
- збільшення податкових зборів приймаючого регіону.

Негативні сторони розвитку туризму виявляються в тому, що ця галузь:

- впливає на зростання цін на місцеві товари і послуги, на земельні й інші природні ресурси і нерухомість;
- сприяє відтоку грошей за кордон під час туристичного експорту;
- створює екологічні і соціальні проблеми;
- може завдавати збитків розвитку інших галузей господарства.

1.3. ІНДИКАТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИЗМУ

Індекс конкурентноспроможності туризму і подорожей (ІКТ), розроблений фахівцями Всесвітнього Економічного Форуму (ВЕФ) для визначення рейтингів країн світу, окремих регіонів і секторів економіки щодо конкурентноспроможності. Всесвітній Економічний Форум за три роки (2007–2009) підготував і опублікував три розгорнуті доповіді, що містять аналіз і рейтинги туристичної конкурентноспроможності 133 країн світу [59].

Під час складання рейтингу використовуються два джерела інформації. Перше джерело – оглядова інформація – формується за результатами опитів представників топ-менеджмента в оцінюваних країнах (наприклад, у 2009 році в них взяли участь більше 11 тисяч керівників компаній з усього світу). Опиту дозволяють оцінити такі чинники, як практика управління, трудові стосунки, корупція, стан навколишнього середовища і якість життя й ін.

Друге джерело – це фактичні дані, набір перевіреної статистичної інформації, отриманої від національних служб статистики і спеціальних досліджень, які проводяться міжнародними організаціями (огляди Міжнародного Валютного Фонду, Всесвітнього Банку, Всесвітнього Економічного Форуму та інших).

Повний ІКТ обчислюється як середня арифметична величина з трьох субіндексів: а) законодавча база туризму; б) умови бізнесу й інфраструктура туризму; з) людські, культурні і природні ресурси туризму.

Підіндекси обчислюються як середні арифметичні величини по 14 блокам, які складаються з фактичних кількісних і аналітичних якісних показників, що приводяться до шкали від 1 до 7.

Субіндекси і складові Індексу Конкурентноспроможності Туризму (ІКТ)

А. Законодавча база туризму

- 1. Політичні норми і правила*
- 2. Екологічні можливості*

- 3. *Безпека і захищеність*
- 4. *Здоров'я і гігієна*
- 5. *Пріоритетність туризму*

В. Умовія бізнесу і інфраструктура туризму

- 6. *Інфраструктура авіатранспорту*
- 7. *Наземна транспортна інфраструктура*
- 8. *Інфраструктура туризму*
- 9. *Інфраструктура зв'язку*
- 10. *Цінова конкурентоспроможність туристської індустрії*

С. Людські, культурні і природні ресурси туризму

- 11. *Людські ресурси*
- 12. *Схильність до туризму*
- 13. *Природні ресурси*
- 14. *Культурні ресурси*

В останньому звіті Всесвітнього Економічного Форуму про Глобальну конкурентоспроможність туризму і подорожей (2008-2009 роки) для розрахунку Індексу глобальної конкурентоспроможності туризму використовуються такі індикатори [59]:

Субіндекс А. «Законодавча база туризму» (5 блоків):

1. Політичні норми і правила

1.01. Розповсюдження іноземної власності (відсоток від загального капіталу території) .

1.02. Права власності (1 – права власності, зокрема над фінансовими активами, неточно визначені і не захищені законом, 7 – ясно визначені і добре захищені законом).

1.03. Вплив законів на прямі іноземні інвестиції (величина ПІІ на душу населення) .

1.04. Візовий режим (кількість країн, для громадян яких потрібні візи, у відсотках від числа членів ООН).

1.05. Відкритість двостороннього повітряного сполучення (число країн-партнерів у відсотках від числа членів Міжнародної Організації Цивільної Авіації).

1.06. Прозорість урядової політики (1 – фірми в країні ніколи чітко не інформуються урядом про зміни в політиці і правилах, що впливають на їх діяльність, 7 – завжди інформуються).

1.07. Середня тривалість процедури оформлення нового бізнесу (кількість днів, необхідних для проходження обов'язкових процедур для легального відкриття нового підприємства)

1.08. Вартість запуску бізнесу (як відсоток від душевого ВВП або ВРП).

2. Екологічні можливості

2.01. Суворість екологічної регуляції.

2.02. Здійснення екологічної регуляції.

2.03. Можливості розвитку туристської індустрії.

2.04. Викиди вуглекислоти (на душу населення в тоннах).

2.05. Концентрація твердих частинок у містах з населенням більше 100 тисяч осіб (мікрограм на кубометр викидів).

2.06. Види фауни і флори, яким загрожує зникнення (відсоток від усієї кількості видів).

2.07. Ратифікація екологічних договорів (відсоток від 25 міжнародних екологічних договорів).

3. Безпека і захищеність

3.01. Витрати на запобігання злочинам.

3.02. Втрати бізнесу від злочинності, насильства і тероризму (1 – вуличні пограбування, пограбування фірм, загроза тероризму нав'язує істотні витрати бізнесу, 7 – не нав'язує бізнесу істотні витрати) (доларів на душу населення).

3.03. Надійність поліцейських послуг (1 – правоохоронні органи не можуть захистити бізнес-структури від злочинців, 7 – здатні захистити бізнес-структури від злочинців).

3.04. Дорожньо-транспортні події (кількість загиблих в аваріях на 100 тисяч населення)

4. Здоров'я і гігієна

4.01. Забезпеченість лікарями (кількість лікарів на 1000 жителів)

4.02. Доступ до покращеної санітарії (відсоток від загальної чисельності населення).

4.03. Доступ до безпечної питної води (відсоток від загальної чисельності населення).

4.04. Забезпеченість лікарнями (число лікарняних ліжок на 10000 населення).

5. Пріоритетність туризму

5.01. Державна пріоритетність туристичної індустрії.

5.02. Витрати уряду на туризм (відсоток від повних урядових витрат).

5.03. Ефективність маркетингу і реклами із залучення туристів.

5.04. Присутність країни на 12 головних туристичних ярмарках.

Субіндекс Ст. «Умови бізнесу й інфраструктура туризму» (5 блоків):

6. Інфраструктура авіатранспорту

6.01. Якість інфраструктури авіатранспорту (1 – пасажирське авіасполучення в країні нерегулярне, обмежене і неефективне, 7 – регулярне, розгорнуте, найефективніше в світі).

6.02. Пропускна спроможність авіаліній (мільйонів запланованих пасажиро-кілометрів на тиждень).

6.03. Кількість польотів на 1000 населення.

6.04. Щільність аеропортів (кількість аеропортів на мільйон населення).

6.07. Розвиток місцевих авіаліній (кількість авіаліній з планованими польотами за містом).

6.07. Мережа міжнародних авіаліній (фактичні дані).

7. Наземна транспортна інфраструктура

7.01. Якість автомобільних доріг (1 – автодороги недорозвинені, 7 – обширні і ефективні, за міжнародними стандартами).

7.02. Якість залізничної інфраструктури (1 – недорозвинений залізничний транспорт, 7 – високорозвинутий, високоефективний).

7.03. Якість портової інфраструктури (1 – недорозвинений морський і річковий транспорт, 7 – розвивається, як кращий у світі. Для країн, що не мають виходу до моря, оцінюється легкість доступу до портових засобів інших країн).

7.04. Якість місцевої транспортної мережі.

7.05. Щільність дорожньої мережі (кілометрів дороги на 100 квадратних кілометрів території).

8. Інфраструктура туризму

8.01. Кількість місць у готелях на 100 жителів.

8.02. Розвиток автомобільного прокату (присутність семи головних компаній автомобільного прокату).

8.03. Число автоматизованих банкоматів, які приймають кредитні картки Віза (на мільйон населення).

9. Інфраструктура зв'язку

9.01. Ступінь використання Інтернету в бізнесі.

9.02. Користувачі Інтернету (кількість абонентів із доступом до Всесвітньої мережі з розрахунку на 100 жителів).

9.03. Кількість стаціонарних телефонних підключень на 100 жителів.

9.04. Абоненти швидкісного Інтернету (кількість абонентів Інтернету зі швидкістю 256 кілобіт на секунду або вище в обох напрямках із розрахунку на 100 жителів).

9.05. Абоненти мобільного зв'язку (кількість зареєстрованих користувачів мобільними телефонами на 100 жителів).

10. Цінова конкурентоспроможність туристичної індустрії

10.01. Відносна вартість доступу до міжнародного авіатранспорту (ціни квитків і завантаження аеропортів).

10.02. Паритет купівельної спроможності (відношення паритету купівельної спроможності до офіційного обмінного курсу).

10.03. Рівень і ефективність оподаткування.

10.04. Рівень цін на паливо (роздрібні ціни на дизельне паливо).

10.05. Рівень цін у готелях (середня ціна в американських доларах для першокласних готелів).

Підіндекс С. «Людські, культурні і природні ресурси туризму» (4 блоки):

11. Людські ресурси

11.01. Охоплення початковою освітою (у відсотках співвідношення чисельності зареєстрованих у школі дітей офіційного шкільного віку до населення відповідного офіційного шкільного віку).

11.02. Охоплення населення середньою освітою (у відсотках співвідношення кількості зареєстрованих, що вчаться, до чисельності вікової групи, яка офіційно відповідає рівню середньої освіти).

11.03. Якість системи освіти (1 – не відповідає вимогам конкурентоздатної економіки, 7 – відповідає вимогам конкурентоздатної економіки).

11.04. Місцеві можливості проведення спеціальних досліджень і надання навчальних послуг (1 – такі послуги недоступні, 7 – доступні в національних установах на світовому рівні).

11.05. Тривалість навчання виробничого персоналу (середня кількість років навчання).

11Б. Придатність і компетентність робочої сили

11.06. Практика найму і звільнення з посади (1 – наймання і звільнення працівників обмежується правилами, 7 – гнучко визначається працедавцями).

11.07. Легкість найму іноземної робочої сили.

11.08. Розповсюдження ВІЧ (відсоток від дорослого населення у віці 15–49 років).

11.09. Ділова дія ВІЧ/СНІД.

11.10. Середня тривалість життя під час народження (років).

12. Схильність до туризму

12.01. Відкритість туризму (витрати і прибуток від туризму у відсотках від ВВП або ВРП).

12.02. Ставлення населення до іноземних відвідувачів.

10.03. Розповсюдження ділових поїздок (відряджень).

13. Природні ресурси

13.01. Кількість природних об'єктів світового значення.

13.02. Розмір території (відсоток від загальної материкової площі країни), які охороняються .

13.03. Якість природного навколишнього середовища.

13.04. Загальновідомі види фауни (загальна кількість видів фауни).

14. Культурні ресурси

14.01. Кількість культурних об'єктів світового значення.

14.02. Спортивні стадіони (місткість на один мільйон населення).

14.03. Кількість щорічних міжнародних ярмарків і виставок (у середньому за рік).

14.04. Експорт виробів творчих галузей промисловості (тверді дані).

1.4. Вимір економічної дії туризму

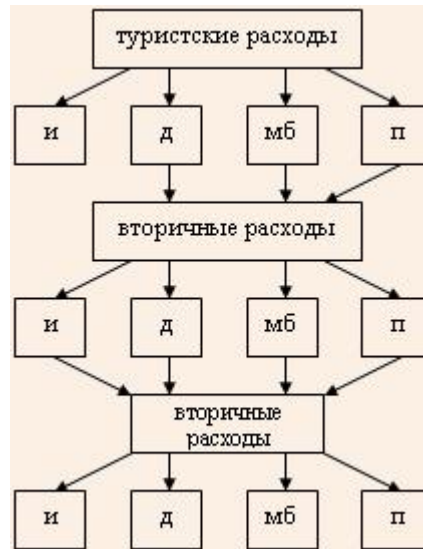
Оцінка економічної дії туризму заснована на витратах туристів. Тут дуже поважно розглядати різні аспекти економіки, які випробовують на собі дію витрат туристів.

Розрахунок економічної дії витрат туристів виробляється за допомогою мультиплікатора. Мультиплікатор туризму – це відношення змін одного з ключових економічних показників, скажімо, виробництва (зайнятості, доходу) до зміни витрат туристів. Визначення мультиплікатора базується на кейсіанському аналізі.

Існує якийсь коефіцієнт, на який повинні помножуватися витрати туристів. Для оцінки загальної зміни виробництва ним є мультиплікатор виробництва. Для оцінки змін загального доходу використовується інший коефіцієнт, на який також повинні помножуватися витрати туристів.

Проте треба відрізнити мультиплікатор від акселератора. Перший – це відношення нових інвестицій до збільшення виробництва і доходів, а другий – відношення додаткового вжитку до зростання виробництва і доходів.

Математично мультиплікатор виражається формулою: $K = \frac{1}{1 - MPC}$, (6), де MPC – гранична схильність до вжитку; $1 - MPC$ – гранична схильність до накопичення.



(I – імпорт; Д – внутрішні вступу; МБ – місцевий бізнес; П – уряд)

Рис. 1.1. Мультиплікативний процес

Для оцінки дії витрат туристів на дохід, зайнятість і імпорт розроблено різні моделі розрахунку мультиплікатора. Одну з таких моделей розробили Арчер і Оуєн в 1971 г.:

$$\sum_{j=1}^N \sum_{i=1}^n Q_j K_{ij} V_i \frac{1}{1 - MPC \sum_{i=1}^n X_i Z_i V_i}, \quad (7)$$

де j – категорія туристів, $j = 1 \dots, N$; i – вид підприємства, $i = 1 \dots, n$; Q_j – доля витрат, вироблюваних туристами j -го типу, в загальних витратах; K_{ij} – доля витрат, що виробляються туристами j -го типу через бізнес i -го вигляду; V_i – прямі і непрямі доходи, що генеруються одиницею витрат, що здійснюються бізнесом i -го вигляду; X_i – доля витрат місцевих жителів, що здійснюються в бізнесі i -го вигляду, в загальних споживчих витратах; Z_i – доля від X_i , яка відноситься до зони, що вивчається.

При оцінці значення мультиплікатора важливо не лише вибрати методику, але і визначити вигляд мультиплікатора. Кожен вид виконує свої специфічні функції. *Мультиплікатор продажів* вимірює додаткові звороти бізнесу

в результаті збільшення витрат туристів. *Мультиплікатор виробництва* вимірює обсяг додаткового виробництва в економіці за рахунок збільшення витрат туристів.

Принципова відмінність між цими двома видами полягає в тому, що в мультиплікаторові виробництва не все купівлі-продажу пов'язані з поточним виробництвом. Наприклад, деякі продажі здійснюються із складських запасів, коли частина виробленої продукції складається, а не продається.

Оцінка мультиплікатора за допомогою ще одного підходу (витрати – випуск) на відміну від попередніх моделей, що базуються на принципі часткової рівноваги, ґрунтується на принципі загальної рівноваги. Згідно з цим принципом економіка туристської місцевості представляється в матричній формі за допомогою таблиці, аналогічній таблиці національних рахунків. Зміни витрат, обумовлених витратами туристів, визначаються по формулі

$$\Delta P = B (1 - KA) - I \cdot \Delta T, \quad (8)$$

де P - витрати; B – матриця коефіцієнтів витрат, $B = m \times n$; I – матриця ідентичності (у елементарній алгебрі $I = 1$; K – матриця, в якій величини по діагоналі відображають рівень конкурентного імпорту, пов'язаного з кожним сектором економіки, яка при зверненні до матриці A скорочує компонент внутрішнього випуску на необхідну кількість; A – матриця міжгалузевих операцій в економіці; T - витрати туристів.

Цей метод можна застосовувати також для визначення змін зайнятості залежно від збільшення витрат туристів. Тоді модель прийме вигляд:

$$\Delta L = E (1 - KA) - I \cdot \Delta T, \quad (9)$$

де L – зайнятість; E – матриця коефіцієнтів зайнятості, $E = m \times n$.

Мультиплікатор доходів вимірює додаткові прибутки (заробітна плата, орендна плата, відсотки від позик і прибутку), що утворюються в економіці в результаті збільшення витрат туристів. *Мультиплікатор зайнятості* характеризує кількість робочих місць, створених за рахунок додаткових витрат туристів. Значення мультиплікатора різні залежно від характеру місцевої економіки і міри взаємозв'язаної різних її секторів. Для розробки політики і

планування мультиплікатор доходу, наприклад, є найбільш коштовним, оскільки він забезпечує інформацією про національний дохід перш, ніж вироблені продукція або обіг.

Детальний аналіз мультиплікаторів виробляється з метою аналізу ефективності інвестицій державних або приватних секторів в туристські проекти на національних і регіональних рівнях, перевірки відносних величин дії різних видів туризму і дії туризму в порівнянні з іншими секторами економіки.

Наприклад, в результаті проведених COT розрахунків мультиплікатора продажів в туризмі і доходів від нього було набуто наступних значень мультиплікатора продажів: для Домініканської Республіки – 1,2, Бермудських островів – 1,1, Східного Карибського басейну - 1,07, Антигуа – 0,88, Багамських островів – 0,78, островів Кайманових – 0,65 і так далі

Пряму дію туризму на економіку країни можна оцінити, якщо визначити його долю у ВВП. Статистичні дані показують, що лише в деяких острівних державах ця доля перевищує 30% (Антигуа – 58%, Багамські острови – 52%, Бермудські острови – 35%). Це все «рекреаційні цехи» США, економіка яких орієнтована на прийом багатих туристів. Але навіть в таких невеликих за розміром території острівних державах, як Ямайка, Кіпр, Мальта, Фіджі, доля доходів від туризму у ВВП не перевищує 20%. Це означає, що в них поряд з туризмом розвиваються і інші економічні комплекси, хоча туризм і залишається головним джерелом доходу.

Рівень розвитку туризму багато в чому залежить від фінансової системи, що діє в державі, і фінансової політики держави, що проводиться відносно туризму.

1.5. ВИСНОВКИ З ПЕРШОГО РОЗДІЛУ

Аналіз і оцінку рівня розвитку туристичної галузі країни та її місця в національному та світовому господарстві треба проводити за наступними статистичними й інтегральними показниками:

1. Питома вага у ВВП, зайнятості, експорті та імпорті країни, макрорегіону і світу в цілому;
2. Структура галузі та її вплив на економіку країни та світу;
3. Конкурентоспроможність галузі на регіональному та світовому туристичному ринку.

Розділ 2.

ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК ТУРЕЧЧИНИ

2.1. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ ПРО КРАЇНУ

Туреччина – Турецька Республіка (Türkiye Cumhuriyeti) – розкинулася із заходу на схід приблизно на 1450 км., а з півночі на південь – на 480 км. Сухопутний кордон має довжину 2628 км., а берегова лінія – 7168 км. Європейська частина країни, площею 24 тис. кв. км., граничить на півночі з Болгарією, омивається водами Чорного моря і протоки Босфор на сході і Мармурового моря і протоки Дарданелли на півдні, а на заході є сусідами з Туречією і володіє виходом до моря Егейському. Азіатська частина Туреччини, площею 756 тисяч кв. км., на півночі широким фронтом звернена до Чорного моря і граничить з Грузією і далі на схід з Вірменією, на дуже малому протязі з Азербайджаном і з Іраном, а на півдні з Іраком і Сирією. Південні рубежі утворені в основному Середземним морем, західні – морем Егейським.

Населення країни в 2009 році досягло 77 млн. чоловік і на 90% розміщувалося в азіатській частині. 82% населення – турки; курди (10,6%) і ін. Міське населення 74% (2006). Офіційна мова – турецька. Більшість віруючих – мусульмани-суніти. Адміністративно-територіальне ділення – 81 ілі, об'єднаних в 8 географічних областей. Столиця – Анкара. Голова держави – президент. Законодавчий орган – Великі національні збори.

Природні ресурси Туреччини ще недостатньо вивчені, проте там виявлені великі запаси різноманітних корисних копалин. У надрах країни залягають кам'яне і буре вугілля, нафта, різні рудні копалини: залізо, свинець, цинк, марганець, ртуть, сурма, молібден. По запасах хромової руди Туреччина займає друге місце на капіталістичному світі. Тут є багаті поклади вольфраму, відомо близько ста родовищ міді. З нерудних копалин відомі родовища селітри, сірі, мармуру, морського нєнця, куховарської солі. Природною солеварнею, що забезпечує сіллю всю Туреччину, є озеро Туз.



Рис. 2.1. Політико-адміністративна карта Туреччини

Туреччина – індустріально-аграрна країна. ВВП на душу населення складає 12000 доларів по паритету купівельної спроможності (2008). Частка галузей у ВВП: сільське господарство 8,5%, промисловість 28,6%, послуги – 69,3% (2008).

Основна галузь сільського господарства – поливне і богарне землеробство. Обробляють зернові, бавовник, тютюн (одне з провідних місць в світі), цукровий буряк, олійні, чайний кущ. Виноградарство, плодівництво. Посадки оливкового дерева, інжиру, горіхів фундук і волоських. Тваринництво (головним чином вівці). Туреччина – крупний світовий постачальник ангорської шерсті. Розведення тутового шовкопряда. Рибальство. Видобуток бурого і кам'яного вугілля, нафті, хромовій, залізній, марганцевій, мідній і інших руд кольорових металів. Виробництво електроенергії 120 млрд. кВт-годин (2008). Харчосмакова, текстильна, хімічна промисловість; виробництво будматеріалів. Чорна і кольорова металургія, нафтопереробка. Машинобудування. Дов-

жина залізниць 8,5 тис. км., автодоріг 381,3 тис. км. Головні морські порти: Стамбул, Мерсин, Ізміт, Ізмір, Трабзон, Іскендерун, Самсун. Експорт: сільськогосподарська продукція (2/3 вартості), а також тканини, напої, хімічні товари, руди чорних і кольорових металів. Основні зовнішньоторговельні партнери – Німеччина, Іран, Ірак, США, Італія, Франція, Росія і ін. Грошова одиниця – турецька ліра.

2.2. Рельєф країни

При погляді на географічну карту Туреччини звертає на себе увагу велика кількість юр і плоскогірр. Розчленована країни обумовлює вертикальну зональність природних ландшафтів, різноманітність дикорослих і культурних рослин, по багатству яких турецька територія поступається, мабуть, лише різноманітності флори Кавказу.

У Туреччині поєднуються високі, розчленовані ущелини і увінчані сніжними вершинами гірські хребти з глибокими улоговинами, обширні сухі нагір'я з вічнозеленими приморськими рівнинами, потопаючими в багатій субтропічній рослинності.

По характеру рельєфу Туреччина – гірська країна: середня висота її над рівнем морить близько 1000 м. Майже вся територія зайнята Малоазіатським нагір'ям, у складі якого розрізняються околичні Гори (Понтійські і Тавр) і розташоване між ними плоскогір'я Анатолійське. Низовинні рівнин в країні мало, вони приурочені до окремих ділянок морського побережжя і до гірл річок.

Понтійські гори протягнулися паралельно берегу Чорного моря більш ніж на 1000 км. На сході вони доходять до межі з Радянським Союзом, на заході – до рівнини в низов'ях р. Сакар'я Понтійські гори не представляють безперервного ланцюга і розділяються глибокими міжгірськими долинами або ланцюжками улоговин на декілька гряд, що йдуть паралельно береговій лінії. На півночі Понтійські гори круто спускаються до Чорного моря, залишаючи вузьку прибережну смужку шириною в 5–10 км. Лише у гірла круп-

них річок Кизил-Ирмак, Єшиль-Ирмак і Сакар'я прибережна рівнина розширюється до 60–70 км.

Середня висота Понтійських гір близько 2500 м. У східній частині гірських хребти досягають найбільшої висоти (гора Качкар, 3931 м); дуже круті схили, альпійські гребені та відсутність крізних долин роблять ці гори труднопрохідною. До заходу Понтійські гори знижуються до 900 м, максимальна висота їх там не перевищує 2000 м.

На півдні Туреччини, упродовж Середземноморською побережжя, протягнулася складна гірська система під загальною назвою Тавр (Торос). Через великі внутрішні відмінності її розділяють на три частини: Західний, Центральний і Східний Тавр.

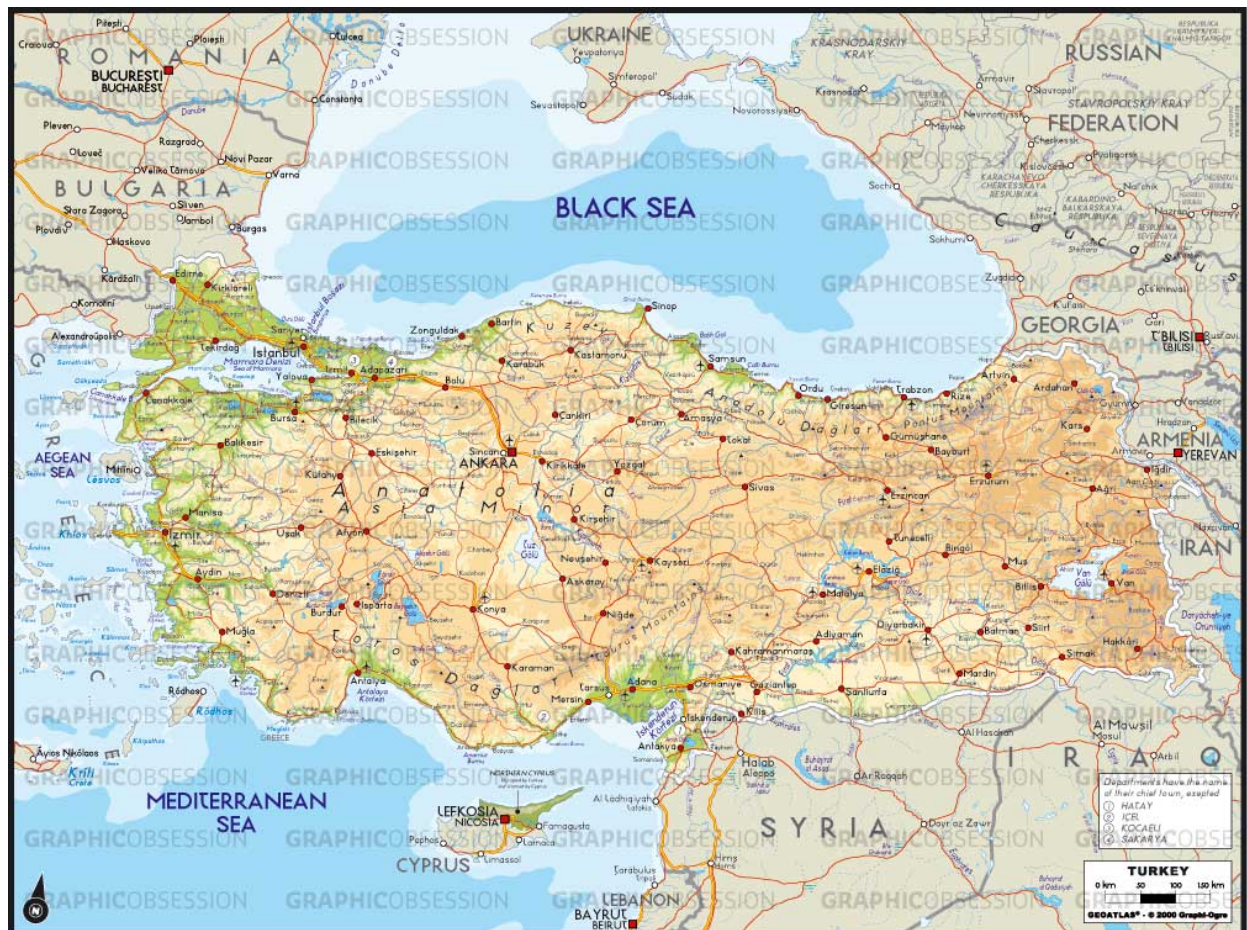


Рис. 2.1. Фізико-географічна карта Туреччини

Західний Тавр – гірська система, дугою що охоплює заливши і низовина Анталъ'я. На заході і сході затоки гори далеко вдаються до моря, займаючи Лікійський і Кілійський півострова. Досить високі гірські хребти (Бедаг,

3086 м; Ельмали, 3073 м) розділені глибокими долинами, порізані каньйонами. Між хребтами Західного Тавра, особливо на півночі його, розташовані групи озер і глибоких улоговин (прісні озера: Бейшехир, Егридир, Сугла, солоні: Аджігель, Акшехир; улоговина Іспарта і ін.). що дали цьому району назву «Турецька країна озер». Декілька відособлено розташовані хребти Султан (2581 м) і. Егрібурун, що мають незвичайне для Західного Тавра простягання з південного сходу на північний захід.

Центральний Тавр виділяється серед сусідніх відрізків Тавра найбільшою висотою і альпійським типом рельєфу. Висота багатьох хребтів тут перевищує 3000 м. На заході до південному заході Центральний Тавр близько підходить до Середземноморського побережжя, круто обриваючись в морі. Лише у деяких місцях на побережжі є вузькі смужки алювіальних рівнин, як це можна спостерігати в районах Анамура, Аланії, Силіфке і Фініку. Приблизно у міста Мерсин гори різко повертають на північний схід, залишаючи на південь від себе обширну алювіальну рівнину Аданську. Південно-західну приморську частину Аданської рівнини називають Чукурова, північно-східну – Юкариова.

Північно-східне продовження Тавра, зайняте хребтами Бінбога і Тахталі, відоме ще під назвою Антитавр. Ці хребти тягнуться з південного заходу на північний схід і, знижуючись, зливаються з плоскогір'ям Узуняйли.

Східний Тавр протягнувся на південь від р. Мурат і озера Ван до східних меж країни. Східна частина його (район Хакярі) найбільш висока; висота гірських вершин тут наближається до 4000 м, а в гірському вузлі Джіло перевищує її (4168 м). Хребет прорізає глибокими ущелинами річок Євфрату і Тигру, важливими шляхами сполучення, що служать.

На південь від Східного Тавра розкинулася обширна улоговина Діярбакірська, що поступово знижується на південь до рівнини Месопотамської, лежачої вже за межами Туреччини.

Розташоване між околичними горами плоскогір'я Анатолійське прийнято розділяти на Внутрішню Анатолію і Східну Анатолію. Перша з них пред-

ставляє більш знижену частину плоскогір'я. Вона складається з ряду біс стічних улоговин, серед яких височіють на зразок островів лише окремі ізольовані низькогірські кряжі. Висоти тут збільшуються із заходу на схід з 800—1200 м до 1500 м. На одному з таких плато, на висоті 850 м. розташована столиця Туреччини – Анкара. У південній частині плоскогір'я підноситься ряд стародавніх вулканів. У центрі і на півдні Внутрішньої Анатолії численні озера і болота, зазвичай солоні, часто із змінними контурами. В центрі плоскогір'я, на висоті близько 1000 м, знаходиться друге за величиною в Туреччині (після озера Ван) озеро Туз, відоме винятковою солоністю вод. Влітку озеро висихає, і дно покривається кіркою солі.

Східна Анатолія розташована між Понтійськими горами на півночі і Східним Тавром на півдні. На заході її відокремлює від Внутрішньої Анатолії хребет Акдаг. Східна Анатолія зайнята високими горами, в середньому від 1500 до 2000 метрів. Тут високі нагір'я поєднуються з глибокими улоговинами. Самі гори мають характер окремих масивів, а також довгих ланцюгів. Недалеко від межі з Вірменією підноситься масив Великий Арарат, вимерлий вулкан, найвища точка Туреччини (5165 м). Характерна особливість цього масиву – строго конусоподібна форма. Вершина конуса покрита могутньою сніжною шапкою. Поряд з Великим Араратом підноситься Малий Арарат (3925 м)

У Східній Анатолії на висоті 1720 м живописне розкинулося оточене горами безстічне озеро Ван. Яскрава синява водного дзеркала у поєднанні з сніжними шапками прилеглих гір залишають незабутнє враження.

На заході Туреччині виразно виділяється гірський район Західної Анатолії, що включає прибережні частини морів Егейського і Мармурового. У Західній Анатолії гірські кряжі чергуються з глибокими, широко відкритими у бік моря Егейського долинами річок. Перпендикулярне до морського побережжя простягання гірських хребтів викликало тут велику порізаність берегів Мармурового і особливо Егейського моря.

Хребти Західною Анатолії переважно середньовисокі; окремі ж з них, наприклад гора Улудаг (Малий Олімп), досягає майже 2500 м. Улудаг, що велику частину року покрито снігом, є найбільш живописним місцем Північно-Західної Туреччини. В межах Західної Анатолії, уздовж південного берега Мармурового моря, протягнувся ланцюг приморських рівнин з лагунними прісними озерами: Апольонт, Ізник, Маньяс, Сапанджа.

Крайній північний захід Туреччини, відомий під назвою Східної Фракії, представляє улоговину (долину лівої притоки р. Мариці – Ергене), облямовану з північного сходу невисокими горами.

У горах Туреччини беруть початок найбільші річки Південно-західної Азії: Євфрат, що зароджується в Східній Анатолії, і Тигр, що стікає з Вірменського нагір'я. Стік річок відрізняється крайньою нерівномірністю. У дощові сезони і в період танення снігу багато річок перетворюються на бурхливі потоки і створюють загрозу повені, а в зазвичай посушливий літній і осінній сезони сильно міліють; найдрібніші з них часто пересихають зовсім.

2.3. КЛІМАТ КРАЇНИ

Територія Туреччини знаходиться в межах субтропічного кліматичного поясу. Проте гірський, сильно розчленований рельєф і дуже складна циркуляція повітряних мас зумовили велику різноманітність кліматичних районів

Чорноморське побережжя Туреччини відрізняється помірно теплим кліматом, що характеризується великою вологістю, порівняно рівномірним розподілом опадів по сезонах року, жарким влітку і прохолодною зимою. Середня температура січня на побережжі $-1-5^{\circ}$, $+7^{\circ}$, липня $+22^{\circ}$, $+24^{\circ}$. Високі гори Понтійські взимку захищають Чорноморське побережжя від дії холодних повітряних мас внутрішніх районів країни, а Чорне море стримує вплив холодних північних вітрів. Крім того, східна частина Чорноморського побережжя захищена від проникнення холодних вітрів високими Кавказькими горами.

Чорноморське побережжя отримує найбільша кількість опадів, чим воно також багато в чому зобов'язане високим горам Понтійським. У східній части-

ні побережжя випадає до 2500 мм опадів в рік. У західних районах побережжя опадів менше 700–800 мм. Південні схили Понтійських гір відрізняються більшою сухістю, чим північні навітряні схили. Рясні осідання на північних схилах у всі часи роки викликані пануючими в країні північно-західними вітрами, що дмуть з Чорного моря, і з середземноморськими циклонами.

Досить широка смуга побережжя моря Егейського і зовсім вузьке Середземноморське побережжя відрізняються типово середземноморським кліматом з характерними для нього жарким сухим влітку і теплою дощовою зимою. Середня температура найжаркішого місяця (липень або серпень) в Ада не досягає $+28^{\circ}$ і найхолоднішого (січень або лютий) $+10^{\circ}$. У східних гористих, районах літо прохолодне, взимку трапляються заморожування. Кількість випадних опадів на побережжі моря Егейського 500–800 мм в рік; 1000–1500 мм – в західній частині Тавра (на навітряних схилах) і до 500 мм – в східній.

Північ Західної Анатолії, схильний до впливу теплого Мармурового моря (температура верхнього шару води влітку біля $+25^{\circ}\text{C}$, взимку біля $+8^{\circ}$) відрізняється сприятливими для сільського господарства кліматичними умовами. Береги і острови Мармурового моря – улюблене місце відпочинку жителів Стамбулу і навколишніх міст. Весною, коли на Чорноморському побережжі ще холодно, в Мармуровому морі вже можна купатися.

Територія Туреччини, за винятком плоскогір'я Анатолійського, покрита густою річковою мережею. Але всі річки мають гірський характер, рясніють водопадами, порогами і тому несудохідні. Проте велике значення річок, як можливих джерел гідроенергії, поки що дуже слабо використовуваних. Частково поверхневі води Туреччини використовуються для зрошування.

Флора Туреччини включає близько 6700 видів рослин, з них велика частина – це представники сімейств складноцвітих, бобів і хрестоцвітих. Більш за третину видів рослин – ендемічні для Туреччини. Особливі багато ендеміків серед ксерофільні рослин: астрагалів, акантолимонів, кузиній. Немало також ендемічних реліктів третинного часу: бальзамне дерево та ін.

Рослинний покрив Туреччини вельми різноманітний. Він змінюється залежно від кліматичних умов і рельєфу місцевості. Значні зміни до природного рослинного світу Туреччини внесла людина: обширні простори степів розорані, нанесена велика утрата лісам, особливо в Західній Анатолії – найбільш населеній частині Туреччини.

2.4. МЕДИЧНІ ОБСТАВИНИ

Весна і осінь – кращий час для візиту в країну, оскільки саме в цей час клімат найбільш сприятливий в Стамбулі і на побережжі моря Егейського та Середземного. Він буде вельми прохолодний в центральних областях Анатолії, але все таки не дуже неприємний.

Поїздка до середини червня або після серпня допоможе також уникнути зайвих зустрічей з москітами. Чорноморське побережжя Туреччини краще всього відвідувати між квітнем і вереснем, хоча в цей час тут і дощовий, але все таки не дуже. За винятком Стамбулу в Туреччині ніде не немає умов для зимового туризму. Офіційним сигналом на початок сезону походів з рюкзаком звичайно служить День Анзака, але відпочиваючі починають збиратися вже з початку травня. Піковий сезон відпусток у турків доводиться на період з липня по середину вересня, саме в цей час більшість з них йде у відпустки. Кращий час для візиту до східної Туреччини з кінця червня по вересень. Не ризикуйте відвідувати Схід до травня або після середини жовтня, якщо Ви не готові до снігу.

Туризм в Туреччині достатньо екстремальний: малярія – мандрівники до вологих регіонів Туреччини (як те Середземноморське побережжя на сході Мерсії і зрошувані території південного сходу Анатолії в околицях Санліурфи) зобов'язані запастися своїм коханим антималярійним засобом.

Ця серйозна і потенційно смертельна хвороба розповсюджується через укуси москітів і властива багатьом країнам регіону, виняток становлять лише Сінгапур і Бруней. Якщо Ви подорожуєте такими ендемічними місцями, над-

звичайно важливо уникати укусів москітів і завжди мати під рукою пігулки від цього захворювання. Симптоми хвороби різні, від жару, ознобу, потіння, головного болю, діареї і болів в черевній порожнині і до неясного відчуття нездужання. Негайно відшукайте медпункт, якщо виникла хоч щонайменша підозра на малярію. Без лікування малярія швидко може перейти в серйозну і навіть фатальну фазу. Якщо меддопомога недоступна, допоможуть пігулки від малярії. Існує декілька ліків від цієї хвороби, серед них мефлокин, фансидар і малярон. Вам слід проконсультуватися з лікарем перед поїздкою про дози і способи застосування антималярійних препаратів. Якщо Ви контактували з хворими малярією, то по приїзду необхідно перевіритися, оскільки Ви можете бути притулком малярійних паразитів, навіть якщо у Вас не виявлено симптомів хвороби.

Буде розсудливе для мандрівників надягати такий одяг, який би весь час перешкоджав укусам москітів: легка фарбована тканина, довгі брюки, сорочки з довгими рукавами; використовуйте засоби проти москітів, що містять складений DEET, наносячи їх на незахищені ділянки тіла. Місце для сну необхідно захищати протимоскітною сіткою, просоченою засобом від москітів (кожному слід поклопотатися про індивідуальний флакон такого засобу), також необхідно утриматися від використання парфумерії і лосьйонів.

Турецьким курортам на побережжі морів Егейського і Середземного загрожує «Каулерпа таксіолія» – водорість – вбивця. Розмножується вона з катастрофічною швидкістю, поглинаючи кисень і знищуючи все живе в морі. Вперше про цього примітивного морського мешканця почули в 1984 році, коли він помилково потрапив в Середземне море з одного з штучних басейнів Монако. У сприятливому кліматі Середземномор'я популяція водорості негайно розрослася, досягнувши берегів Франції і Іспанії, окупував морське дно площею 30 квадратних кілометрів. В кінці минулого року її вперше виявили поблизу середземноморського побережжя Туреччини, недавно – в морі Егейському, поблизу Кушадаси і Бодрума, куди мерзенна рослина потрапила через Суецький канал. Відповідно, екстрені заходи по боротьбі з водорістю

лягли на турецькі плечі. Якщо її не зупинити сьогодні, постраждають інші країни: Середземне море – велике.

2.5. ВИЗНАЧНІ ПАМ'ЯТКИ ТУРЕЧЧИНИ

Стамбул є одним з найстаріших і найпрекрасніших населених пунктів миру. Гравітаційною силою даного безперервного міста представляється гамма стародавніх монументів у поєднанні з високим ритмом сьогоденного життя. У даному місті все в численному числі, симбіоз всіх і всього, людей, фарб, форм, запахів, звуків. Одним словом, Стамбул дозволено порівняти зі скарбничкою цінностей просто неба. В місті велика кількість пам'ятників архітектури, зокрема церква св. Софії VI століття (у XV столітті була перебудована під мечеть, зараз в будівлі знаходиться музей); мечеть Баязеди II, мечеть Сулеймана I; палацовий комплекс Топкапі Сераль, в якому розташований музей з колекцією султанських коштовностей, а також предметів, що належали пророкові Мухамеду; палац Долма Багген (XIX століття); замокнув Едікюль; Галатська башта. Для того, щоб нашвидку оглянути всі основні визначні пам'ятки Стамбулу, вам буде потрібно мінімум 2-3 дні.

Памуккале – Природа тутешніх територій ніяк не включає собі подібних в світі. Бажано, щоб усі споглядали це місто-мрію. Ви ні в життя ніяк не зітрете з пам'яті білі тераси Калкер відомого Памуккале. Це– місто-мрія, який з повним правом можна назвати одним з «чудес світу», завдяки білосніжним терасам Калкер. Води гарячих джерел, що містять окисел кальцію, падаючи з високих уступів, створили химерні сліпучо-білі каскади, що окам'яніли, на скелястих терасах. Також Ви зможете відвідати археологічну зону Ієрополісу – «святого міста», яке знаходиться в околицях Памуккале.

Ізмір – третій за розміром населений пункт Туреччини і найбільш великий експортний порт ніяк не тільки Туреччині, а і всього Балканського півострова. У даному місті Ви маєте можливість покуштувати Оксамитову цитадель «кадифе Кале», створену ще проте 6 столітті аж до н.е. Лісімахом, гене-

ралом-архітектором Олександра Македонського. Насамперед покуштуйте культурний парк, оглянете цитадель, покуштуйте античну Смірну, приміщення народження Гомера. У Перегамоні насамперед покуштуйте найбільш прямовисний амфітеатр в світі, який зберігся до цього дня, гімназіум, молельня Діоніса, Африканський монастир, найбільшу в свою пору бібліотеку Пергамську, в якій зберегалося більше 200 тисяч томів.

Ефес існує з 11 століття аж до н.е. Аж до цих пір ніяк не встановлена дата заснування міста. За старих часів Ефес був одним з відомих населених пунктів Малої Азії, проте тутешній молельня Артеміди зараховували до «семи чудес світу». Неначе свідчить переказ, Ефес був останнім містом перебування Діви Марії і Апостола Іоанна. Про минулу гідність свідчать скульптури, античні храми, що вражають фантазія величезні амфітеатри. У Ефесі дозволено побачити розвалини, що збереглися неначе ніде в світі. У стародавньому місті Ви побачите дві ангари, бібліотеку Цельміуса Полемуса, Одеон, римські лазні, залишки Акрополю, споруди багатих городян, акведук, кріпосні стіни, фонтан імператора Адріана – чудовий монумент наймогутнішого імператора Римської імперії Трояна, галерею, молельня імператора Доміціана, споруди любові, туалети і чудовий амфітеатр Ефеса і безліч різних монументів античної архітектури.

Силліон, що є популярним містом поселень Римського і Еллінізму періодів, у Візантійську епоху був перетворений в осереддя релігійного учення. Тут були знайдені будиночки на пологих схилах гір, храм, стадіон, невелика кількість підземних водоймищ. Сельджуки, що завоювали регіон в 13 сторіччі спорудили тут маленьку мечеть і цитадель.

Дідіма – населений пункт популярний грандіозним храмом Аполлона. Його розміри настільки значні, що у разі б його зведення було закінчене, він поза сумнівом, став Восьмим чудом світу. Молельня оточений аркадою колон, що вишикувалися в пара ряду. Скульптурне картина голови Медузи Горгони залишає незабутнє враження.

Термесос відбудований проміж двох хребтів, на рівнині при висоті 1 050 м. над рівнем морить і розташований в 30 км. на північний захід від Анталії. Це єдине місто, який ніяк не зміг завоювати Олександр Великий. Тут розташований молельня «Зевса Солімеуса» із стінами заввишки 4 м., і молельня «Артеміди». На безкрайній землі розкинулися сотні саркофагів, могил, каплиць і інших споруд, що вражають своїми історичними багатствами. З хвилюванням покуштуйте цей дивовижний населений пункт, який відображає всі особливості античної епохи.

Пергам (Бергама) за старих часів була столицею царства Атталідів. Населений пункт став популярний завдяки багатющим зборам своєї бібліотеки, одній з найбільших в ті часи. Тут схоже знаходився знаменитий Вівтар Зевса, споруджений проміж 180-160 роками аж до н.е. Аж до наших днів зберігся Молельня Афін Деметри, старий сцена і античний акведук.

Олімпос – античний населений пункт побудований в глибокій ущелині, по двох берегах річки. Олімпос, що вступив в 2 столітті з лікійцями в союз, отримав свою назву по «Страбону» від імені великих гір, над якими він знаходиться. З боку моря, на горбі дозволено побачити кріпосні стіни, що оточували колись акрополь міста. На південному схилі акрополя розташовані кам'яні гробниці. Далі розташовані грандіозні ворота, датовані періодом Маркуса Ауреліуса (2 час н.е. і стіна «селла» храму, спорудженого в іонічному стилі. Височінь храму орієнтування 8 м. і по двох сторонах є консолі. На півдні, ближче до моря видно комплекс лазень, що увібрав в себе всі особливості римської парички. В кінці ущелини знаходиться некрополь Олімпоса, в якому місці розташовані монументальні кладовища і гробниці.

Перзі – в 2-х км. на схід від населеного пункту Аксу, що знаходиться на 15 км. магістралі Анталіа-манават, відкриється панорама руїн античного міста Перзі. Цей старий населений пункт був заснований греками пізніше за Троянську війну. Колись населений пункт мав союз з морем по судноплавній річці Ксетрос. Крупним сином міста був Аполлоній Пергський, сильний ма-

тематик старизну. Населений пункт популярний античним стадіоном, античним театром і мощеною дорогою, з прекрасними колонами римської епохи.

Фазеліс, що має незвичайний природний ландшафт, був побудований прибулими сюди родоськими колоністами в 7 столітті до н.е. під буттям на чолі командувача на ім'я Лакайос. У подальший період почалося нашествя персів, і Фазеліс, з'єднавшись в з'єднання «Аттик-Делос», повстав напроти персів і пізніше придбав незалежність за перемогу над ними Афінівського «симо-на» в 449 році аж до н.е. на великій морській битві. Фазеліс включено в числа населених пунктів, що надали гостинність Великому Олександрові, який прибув сюди пізніше за оточення Термесоса і провів тут всю зиму.

Навколо міських поселень розташовано три бухти, створюючи три порти: східний, середній і південний. Південний порт використовувався у військових цілях, доказом цьому служать кріпосні стіни і оборонні вежі. Далі вступає в дію антична шлях з колонадою, уздовж неї розташовані маленькі агори і комплекс з двома римськими паричками. В кінці дороги – руїни воріт Адріана. Тут же розташовані останки стародавнього театру, підійнявшись на горб над театром, Ви маєте можливість насолодитися красою панорами, оглядаючи всі три порти.

Також до визначних місць Туреччини відносяться:

Аспендос – ключова визначна пам'ятка міста, що зберігся в прекрасному стані – повсюдно загальновідомий театр, споруджений в 2-м столітті н.е. і що вміщає 17 000 територій ради глядачів і 500 територій ради оркестру, чудово зберігся аж до наших днів. На сцені театру виступають знамениті оркестри, звучать найвідоміші оперні голоси, щорічно здійснюються музичні фестивалі. У Аспендосі знаходиться стадіон, протяжність якого 215 м., базиліка завдовжки в 105 м., 3 некрополі, дві парички і агора.

Адана – великий римський кам'яний міст (II століття); руїни замку 782 року, археологічний музей, мечеть Ески-яг.

Анкара – музей цивілізацій Анатолійських з багатючими колекціями предметів побуту і мистецтва хетів і фригійців; старе місто, розташоване на-

вколо середньовічної цитаделі. Мечеть Хаджибайрам, мавзолей Кемаля Ата-тюрка.

Антакья (Антиохія) – залишки римських храмів, акведуків, театрів і катакомб; археологічний музей з колекцією мозаїки II—III століть; грот св. Петра, в якому апостол читав свої проповіді, недалеко від грота хрестоносці в XII і XIII століттях звели церкви.

Анталья – вважається за перлину турецького побережжя. У місті є парусна гавань і старе місто з римськими і Османом спорудами. Практично всі визначні пам'ятки Анталії зосереджені в старому місті, за кріпосною стіною.

Аспендос – знаменитий амфітеатр, що найдобріше зберігся в світі. Розвалини римського акведука.

Бурса – декілька мечетей у візантійському, персидському і ісламському стилях; гарячі сірчані джерела; гробниці перших османських султанів.

Газіантеп – руїни візантійської фортеці; недалеко від міста горб, на якому знаходився центр поклоніння богові Ваалу.

Ізмір – стародавнє місто на побережжі моря Егейського, з багатою історією, багатий архітектурними пам'ятниками.

Кемер – недалеко від Кемеру розташовані останки античних міст Римської Імперії Олімпоса і Фазеліса. Майданчик для верблюжих боїв.

Кайсері – розкопка стародавнього міста хетів Канеш (3 тис. до н.е.).

Конья – прекрасні сади; декілька мечетей і монастир секти «Мальовія» (тремтячих дервішів); у монастирі знаходиться гробниця засновника секти поета Джалал Пекло-Діна Мухаммада Діна ар-Руми.

Мармаріс – Останки фортеці часів імперії Османа. Екскурсія в Дальян, грязьові лікарні, де по доданню купалася Афродіта. Лікійські гробниці.

Перзі – руїни величезного стадіону, театру і розкішної дороги, оточеної колонами, часів римлян.

Сиде – місто піратів і работоргівлі – храм Аполлона, Агора, величезний амфітеатр і археологічний музей. У двох кроках від міста знаходиться всесвітньо відомий водопад Манавгат.

Трабзон – церква Златоглавої Божої Матері і церква св. Євгенія візантійської архітектури, обидві церкви перероблено в мечеті; церква св. Софії (XIII століття), в якій розташований музей; монастир XIV століття.

Троївши – легендарне місто, битва за який оспівана Гомером в «Іліаді». На місці, вказаному великим Турецьким поетом, знайдено більше десяти поселень різних періодів, починаючи з 3000 року до н.е. Останнє місто, від якого збереглися вулиці, храм Афін, театр, проіснувало з 1 століття до н.е. до 500 року н.е.

2.6. ПОПУЛЯРНІ ВИДИ ТУРИЗМУ

Яхт-тури. Здійснюючи прогулянку на яхті, ви зможете побачити всю красу Середземного моря і його побережжя. Яхта в Туреччині – судно, що нагадує невеликий одно-двощогловий парусник, але на дизельному ході. Яхту з екіпажем можна орендувати як машину: у готелі, турфірмі (дорожче) або поза готелем у приватників (дешевше, але брати краще по рекомендації туристів, що вже сплавали). Під час подорожі у вас будуть зупинки в красивих відокремлених бухтах, де можна поплавати в кристально чистій воді і позагорати. На яхті вас пригостять смачним обідом, і ми сподіваємося, що це морська подорож надовго залишиться у Вашій пам'яті.

Яхт-тури в Туреччині різні в різних курортах. У районі Кемеру безліч турів по морю і яхт-тур по річці Манавгат. Останній проходить по руслу річки до водопаду Манавгат, де ви обідаєте і тим же шляхом повертаєтеся назад. По ходу – купання в прісній воді і загар на палубі.

З Кемеру по морю ви прямуєте до руїн античного міста в бухту Фаселіс. Море тут дуже тихе і спокійне, вода прозора; ви можете побачити залишки акведука, лазень амфітеатрів, контури кріпосних стін. Купання в бухті прямо з яхти. По дорозі у Фаселіс або з нього яхта робить зупинку в живописній бухті, де ви обідаєте, купаєтеся або ловите рибу (додаткові розваги для повноти відчуттів – послуги водного мотоцикла, параселінг (на парашуті за катером) або «банан».

У Мармарісі особливий попит має прогулянка до острова Клеопатри, пісок якого по наказу імператриці (за переказами) завозився з Єгипту. Велика кількість морських прогулянок в Мармарісі або поїздки на яхті уздовж бережжя Бодруму мимо бухти німфи Салмакис і безлічі інших затишних заток і острівців. Типова середземноморська природа, багато сонця і тепло, ні з чим не порівнянна по чистоті морська вода – ось далеко не всі плюси подібного відпочинку.

Джет-бот. Екстрим набуває всього велику світову популярність і популярність. Адже джет-бот по річці можна покуштувати лише в чотирьох країнах – в Новій Зеландії, США, на островах Фіджі і, з недавньої пори, – в Туреччині. Ті ж невтомні ізраїльтяни, що привезли до Туреччини рафтинг, побачили в Новій Зеландії розвагу покрутіше – джет-бот. Це такий місткий катер з дуже маленьким (10 сантиметрів) осіданням і дуже могутнім водометним двигуном. На Фіджі мати такий катер не більш екзотично, ніж в Китаї – велосипед. Тому і водити його вчать з раннього дитинства. Джет-ботові капітани, що вирости, не знають страху і управляють своїми кораблями граючи.

Суть заходу в наступному: вас садять в катер, надягають жилет і велять триматися за поручень. У одну секунду катер зривається з місця і починає виробляти немислимі віражі на гірській річці серед каньйонів і божевільної природи. Посудина б'ється, як тріска, трохи вриваючись в навколишні скелі. Після чого лягає на курс і на неймовірній швидкості мчить по річці, то насилу протиснувшись між прямовисними стінами величезної ущелини, то (у непрохідних місцях) пролітаючи над водою.

У цьому турі ви побачите неповторну красу гірської річки, по якій мчатиметеся на моторному човні на скаженій швидкості. Ви зможете зробити незабутні фотографії вітру, фонтану бризок і спотворених від щастя осіб ваших попутників в оточенні екзотичної природи.

Гірські лижи. Популярність турецьких гірськолижних курортів росте з кожним роком, а це, у свою чергу, викликає інтерес приймаючої сторони в будівництві нових. Щорічно на гірськолижних курортах Туреччини відкри-

ваються нові готелі, а карти гірськолижних трас доводиться регулярно оновлювати, щоб відзначити низку нових підйомників.

Гірськолижні курорти Туреччини – відносно молоді, але відсутність традицій компенсується широким набором послуг, чіткою роботою обслуговуючого персоналу і доброзичливим відношенням до гостей.

У кожному заможному турецькому сімействі обов'язково є фотографія з гірськолижного курорту, всієї сім'ї, на тлі білосніжного схилу.

Велика частина трас в Туреччині – середній складності. Гори дуже «м'які» і ідеально підходять навіть для початківців і тих, хто встане на гірські лижі вперше. До послуг відпочиваючих: підйомники крісел і бугелів, прокат лиж, спорядження і екіпіровки, снігоходів і інструкторів.

Кататися на лижах приїжджають як правило компанією або сім'ями. Поки діти зайняті в дитячому клубі при готелі, батьки можуть собі на втіху кататися на лижах, ковзанах або приймати оздоровчі процедури.

Активний відпочинок можна різноманітнити оглядом місцевих визначних пам'яток, відвідинами мінеральних термальних джерел (де обладнані купальні), шашликами в лісі і дегустацією місцевих гірських напоїв.

Незаперечна особливість всіх турецьких курортів, як літніх так і зимових, – запальне нічне життя. Дискотеки, ресторани, бари, нічні шоу – не залишають байдужими, наповняють вас новими силами і дозволяють розслабитися після денного підкорення сніжних схилів.

Сарикамиш – гірськолижний центр, що швидко розвивається, на сході Туреччини, відмінне місце для сімейного відпочинку, а також для тих, хто вперше вирішив спробувати себе в спусках на гірських лижах ...

Паландокен – наймолодший гірськолижний курорт Туреччини – розташований недалеко від межі з Вірменією. Всього 2,5 години польоту з Москви, 15 хвилин на автобусі від аеропорту Ерзурум – і ви в Паландокені.

Улудаг в перекладі означає «Величезна гора», але насправді, на курорті переважають траси простої і середньої складності, що робить його найпривабливішим для сімейного відпочинку і новачків ...

Дайвінг. Навчання зазвичай проводиться в басейнах готелів і клубів. Інструктори і устаткування є не у всіх чотиризіркових готелях і точно відсутні в трьох зірках. Але їх завжди можна знайти в сусідньому готелі на пляжі в центрі водних видів спорту. Після басейну Вам дадуть поплавати біля берега. Спуск у воду проводять з причалу або з катера. Для тих, що уміють організовуватися вилазки на острови. Курс 4-х денного навчання з міжнародним сертифікатом приблизно 300 дол., день на катері з інструктором – 70 доларів на персону.

Вранці Ви відправляєтеся в морську подорож на катері. Перше занурення, підводна фотографія (для охочих) на пам'ять, обід на катері, друге занурення, чай і фрукти, повернення в готель.

Кемер для дайвінгу переважає інші місця відпочинку. У Сиді, Аланії і Белекі взагалі дивитися нічого. Бельдібі – маленьке містечко, розташоване між Кемером і Анталією, на вузькій смузі берега між Тороськими горами і Середземним морем. Це найзеленіший район Туреччини з кам'янистими пляжами і живописними горами. Відразу за пляжем готелю Belcoy починається сосновий ліс, а вдалині підносяться вершини гір. Готель Belcoy класу 3*+ відрізняється зручним розташуванням, хорошим обслуговуванням і затишком. На території готелю розташований пляж, басейн, магазини, – це свій замкнутий, самодостатній мир. Тут можна відмінно провести вихідні, відпочити і отримати нові враження від занурень в Середземному морі.

Екстремальний туризм. Туреччина є «скарбом» для любителів екстремального туризму. У Туреччині є прекрасна можливість зайнятися дайвінгом, дивовижний підводний мир з його мешканцями принесе Вам масу незабутніх відчуттів і емоцій. Дайвінгом в Туреччині можна займатися двома способами: 1) Якщо у Вас є міжнародний сертифікат, Ви можете попросити дозвіл у місцевих властей на занурення в різних, спеціально відведених для дайвінгу місцях; 2) На курорті Ви можете приєднатися до дайвінг-клубу, і тоді дозвіл на занурення не потрібний.

Місць для занурень неймовірно багато. Найпопулярніший по праву вважається Бордум. Бордум є ласим шматочком для дайверів. Його незвичайні печери з різноманітними рифами створюють відчуття занурення в казку! Острови Карги і Кечек ідеально підходять для макрофотографування. На шляху до островів знаходиться прекрасний підводних риф. Острів Чатал є улюбленим місцем любителів підводної археології. Тому тут знаходиться єдиний в світі музей підводних скарбів.

Займатися дайвінгом в Туреччині можна круглий рік! Взимку температура приблизно $+6-13^{\circ}\text{C}$, а влітку $+33^{\circ}\text{C}$.

У Туреччині велика кількість річок, що дає поштовх до розвитку водних видів спорту. Однією з улюблених розваг екстремальних є рафтинг. За всією екстремальністю рафтинг здійснене безпечним навіть для маленьких «мисливців» за гострими відчуттями.

Популярне місце любителів рафтингу – гірська річка Даламан. Річка відноситься до III категорії складності з множиною порогом і бурхливою водою. У рафтинзі є категорії складності від R-1 до R-6. Для любителів тих, що здійснюють сплав з інструктором, саме інструктор вибирає категорію складності. Остання категорія складності виконується тільки в злагодженій команді і за наявності сертифікату класності. Сплав може здійснюватися в 10-20 місцевих гумових плотах, 4-12 місцевому надувному човну або однодвомісному каное. Перед початком сплаву проводиться інструктаж, видається спорядження.

Параглайдінг. Параглайдінг (політ на парашані) – це щодо молодий вид екстремального туризму, проте це не впливає на його популярність. Параглайдінг – відмінна можливість поглянути на землю з висоти пташиного польоту. Для цих цілей чудово підійде гора Бабадаг. З її 1950 метрів висоти відкривається запаморочливий вигляд на блакитну лагуна Олюденіз, яку мало не порівнюють по красі з чудом світу. Це одне з самих кращих місць для тандемних польотів. Це мрія всіх початківців і любителів крутого пілотажу. В осені сюди злітаються параглайдисти зі всіх кінців світу.

Перед початком проводять інструктаж, оформляється страховка. Дозволи видається рація, спец форма (каска, черевики). Якщо ви професіонал, то на підставі сертифікату видається парашан. Але якщо ви любитель і хочете спробувати «політати», то це не проблема: вас просто пристібають ремнями до пілота, який знаходиться ззаду. Політ починається з синхронного розгону і зльоту з вершини. З цієї миті можете насолоджуватися польотом! Руки вільні, і Ви можете знімати фотоапаратурою, а з берега за польотами стежать рятувальники. Політ триває 50 хвилин.

Джип-сафарі. Джип-сафарі – це подорож, що захоплює дух! Ця екскурсія гармонійно об'єднує в собі пригоди, веселість, насолоду природою, відпочинок і знайомство із способом життя і культурою провінційних турецьких селищ. Маршрути сафарі можуть бути найрізноманітнішими.

Найбільш популярний варіант джип-сафарі – подорож в Тороські гори. На своєму шляху Ви зустрінете немало перешкод у вигляді крутих підйомів і гірських річок. Піднявшись на висоту 1200 метрів над рівнем моря, Ви побачите захоплюючий дух пейзаж, що відкривається з гірських вершин. Обідати Ви будете тут же, в горах, повними грудьми вдихаючи цілюще гірське повітря. Пізно увечері Ви повернетесь в готель, переповнені емоціями і незабутніми враженнями! У вартість екскурсії включені: трансфер, страховка, обід, послуги гіда, бензин.

Гольф. Розвиток гольф-індустрії, що включає будівництво полів чемпіонського рівня, був позначений як одна з найбільш важливих перспектив туристичного бізнесу, а фінансування узяло на себе уряд країни. Воно і зараз йде повним ходом і все так само під патронатом уряду.

В даний час в Туреччині організовано п'ять майданчиків для гольфу; одна з яких знаходиться на курорті Класис поблизу Стамбулу, а інші чотири – на курортах Белеку в Анталії. Тут розташовані гольф-поля, якими Туреччина може по праву гордитися: National, Gloria, Nobilis, Tat.

Гольф-поля Белеку пропонують своїм гостям прекрасні можливості ігри в гольф, які повністю відповідають вимогам, що пред'являються до прове-

дення різного виду турнірів і між народних чемпіонатів. Відмінні ресторани, кафе, де в перервах між грою, можна насолодитися чашкою справжньої турецької кави, а також свіжовичавленими соками, будиночки відпочинку, живописні майданчики відпочинку на берегах невеликих озер – все це входить в набір задоволень для членів гольф-родини.

Гольф-клуби Белеку пропонують програми не тільки для професіоналів і любителів, але також для тих, хто вирішив вперше спробувати свої сили в цій грі. Для початкуючих гравців передбачені спеціально обладнані майданчики, а також індивідуальні заняття з інструктором. В даний час в регіоні Белек планується будівництво додаткових майданчиків для гри в гольф. Але і вже існуючі комплекси дозволяють любителям цього благородного спорту повноцінно відпочивати в готелях з високим рівнем сервісу у будь-який час року, не виключаючи зимові місяці.

Рафтинг. Рафтинг – це сплав по гірських річках на каное, надувних човнах і плотах. Рафтинг це рідкісна можливість відкрити для себе красу дикої природи, випробувати свої сили, подолатися із стихією.

У Туреччині ви робите це в умовах повної безпеки. Задоволення отримують всі: від завзятого спортсмена до в'ялого чайника. Вік побачених рафтингістів від 4 до 100 років. Спуск може проводитися в одно-двомісному каное, 4–12 місцевому надувному човні і 10–20 місцевих гумових плотах. Вартість рафтингу 30-50 доларів на людину, дітям знижки.

Рано вранці виїзд з готелю, невеликий інструктаж і екіпіровка на місці старту, спуск по гірській річці із зупинками для відвідин водопадів і інших цікавих місць, стрибки з скель у воду (за бажанням), скроплення інших рафтів. Обід із смаженою на ґратах фореллю в ресторані, що несподівано з'явився, на березі. Продовження спуску в такому ж режимі до місця фінішу, де вас чекає автобус з речами. Трансфер в готель.

Ради: якщо ви обмежені в часі або засобах і не можете зробити вибір між екскурсіями (Аквапарк, яхта або рафтинг та ін.), то схилийтеся до останнього

– не пошкодуєте; врахуйте – вода не тепла, сонце пече, промокає наскрізь і взуття у вигляді пляжних шльопань має звичай плисти без вас.

Відпочинок в горах. Туреччина – це гориста країна, оскільки вона зайнята скелястими масивами, що змінюються по піднесеності. Більшість островів в Егейському морю фактично є вершинами гір, які тепер знаходяться під водою, а колись були сухопутною смугою, що зв'язувала Європу і Малу Азію. Турецькі гори добре відомі своєю різноманітністю, пейзажами з винятковою красою і унікальними лісами, багато з яких займають місце серед найстаріших природних лісних масивів в Євразії. Завдяки багатій флорі і фауні багато лісів Туреччині є частинами Національних парків і захищених територій, у той час коли тоді як в результаті інфраструктури, розвиненої за минулі десятиліття, вони складають сьогодні ідеальне місце для зимового і альпійського туризму. За минулі десятиліття у жителів Туреччині підвищився інтерес до лижного спорту. На сьогодні діють багато лижних курортів, їх інфраструктура повністю відповідає сучасним стандартам. Багато з цих гірськолижних курортів пропонують програми для новачків і для лижників проміжного рівня, таким чином, перед відправленням слід зв'язатися з готелями на обраному курорті і з'ясувати, які послуги надаються на тому або іншому курорті.

Простий пішохідний туризм відрізняють від сходжень на гірські масиви. Перший вид відпочинку припускає ходьбу на мінімальну відстань – 5 км. по ландшафту із змінною висотою. Останній залучає відстані до 15-20 км., проходження яких вимагає наявності спеціального устаткування, особливо протягом зимового сезону. Гірський піший туризм може бути здійснений на будь-якій горі Туреччини. Головна особливість – відмінність в піднесенні, з яким можна зіткнутися уздовж маршруту, який може досягти 500-600 м.

Альпінізм – найпопулярніша форма пішого туризму. Зазвичай, мета альпініста полягає в тому, щоб зійти на пік. У альпінізмі відстань має невелике значення, головне – кінцевий шлях. Звичайний гірський підйом триває 7-10 годин, враховуючи спуск.

Екотуризм. Не дивлячись на свою обмежену поверхневу область, Туреччина має особливо багате і різноманітне природне навколишнє середовище в результаті рідкісної геоморфології, з багатьма вражаючими природними контрастами і областями великої екологічної цінності. Багаті природні «подарунки» країни – тисячі кілометрів прекрасного узбережжя, скелясті гірські масиви, печери, ущелини, озера, річки, біотоп із захоплюючою красою і унікальними природними місцями існування – разом з помірним кліматом, зраховують Туреччину до списку країн, що є ідеальними місцями для екотуризму і альтернативних форм туризму.

Мандрівники – прихильники природи, що приїжджають до Туреччини, мають можливість здійснювати прогулянки в лісах або досліджувати національні парки не тільки в гористих областях материка, але і на деяких островах або поблизу рік і озер; досліджувати чудові пам'ятники природи, ущелини, печери і водопади; спостерігати і захоплюватися рідкісними різновидами птахів або пошуком притулку в прибережних екосистемах і заболочених місцях (скелясте побережжя, піщані береги, дюни, річкові дельти, озера, болота, прибережні рівнини тощо); вивчати різноманітність рослин у сільській місцевості; взяти участь у спортивних змаганнях (човен каное, спуск на плотах, монопліт, швидкісний спуск, гірська їзда на велосипеді тощо); залишатися в центрах агротуризму, які розвиваються по всій країні і надають відвідувачам можливість знайомства з народною архітектурою, культурними і гастрономічними традиціями, місцевими продуктами, спостерігати повсякденне життя місцевих жителів.

Лікувальний туризм. Окрім рідкісних пейзажів і особливої природної краси, природа також забезпечила Туреччину джерелами з важливими лікувальними властивостями. Ці курорти є частиною національного багатства країни. Окрім холодних мінеральних джерел, є також гарячі джерела, які часто використовуються з терапевтичною метою (курорти гідротерапії). Гідротерапія особливо важлива для лікування хронічних хвороб, таких як артрит і ревматизм і поділяється на дві категорії: внутрішню терапію (пиття природ-

них мінеральних вод, інгаляція парами або крапельками мінеральної води і промивання) і зовнішню (ванни, реактивні душі, гідромасаж, гідрокінесотерапія, грязетерапія).

Агротуризм – це помірна форма життєздатного туристичного розвитку і мультидіяльності в сільських районах, завдяки яким у відвідувача є можливість ознайомитися з сільськогосподарськими галузями і заняттями, місцевими продуктами, традиційною кухнею і щоденним життям людей, а також з культурними елементами і справжніми особливостями області, виявляючи пошану до навколишнього середовища і традицій. Крім того, ця діяльність наближає відвідувачів до природи і сільських способу життя, в яких вони можуть брати участь, бути учасниками сільських розваг і отримувати задоволення від такого виду туризму. У той же час, агротуризм мобілізує продуктивні, культурні сили, пов'язані з розвитком області, сприяючи, таким чином, життєздатному екологічному, економічному і соціальному розвитку сільських районів Туреччини. Є багато фірм по всій країні, які пропонують можливість познайомитися з унікальними перевагами грецької сільської місцевості через спеціальні програми агротуризму.

2.7. ПРИКЛАДИ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ

Памуккале (дводенна екскурсія)

Із задоволенням запрошуємо Вас на незабутню екскурсію в Памуккале – фантастичне місце з багатою і величною історією. Про його унікальність не сперечаються. Памуккале (що в перекладі з турецького означає Бавовняний Замок) не є восьмим чудом світу лише тому, що диво це нерукотворне. Цей курорт, відомий з давніх часів своїми лікувальними властивостями і справді неземним пейзажем, існує вже майже дві тисячі років. Вода, збагачена кальцієм сторіччями стікаючи по схилу гори, утворила химерні тераси і маленькі басейни. Проте не тільки краса і незвичність цього місця привертають тисячі туристів зі всього світа. Термальні джерела володіють дивовижними лікува-

льними і омолоджуючими властивостями. Сюди їдуть ті, хто хоче вилікуватися від ревматизму, остеохондрозу, хвороб печінки і нирок, очних, серцевих, шкіряних і інших захворювань. Поряд з цим дивом природи знаходяться руїни стародавнього міста Хиєраполісу, що збереглися з часів царства Пергамського. Ви зможете побачити стародавній амфітеатр, найбільший Некрополь на території Туреччини римські лазні, ворота і вулицю Доміціана. У програму нашого перебування і Памуккале також входять відвідини басейну з мінеральною водою, температура якої +35. Говорять, в цих водах купалася сама Клеопатра... Ночувати Ви будете в готелі, харчування – сніданок і вечеря. Увечері після прекрасної вечері Ви зможете насолодитися погляданням танцю живота, взяти участь в розважальній шоу-програмі, викупатися в прісному або термальному басейні або розслабитися на дискотеці. Виберіть для себе екскурсійний тур в Памуккале. Насолодитесь неповторною красою «Бавовняного замку», і Ви не пошкодуєте. І ще, турки говорять «Хто не був в Памуккале, той не бачив Туреччини» [9].

Турецька ніч в караван-сарай

У місті Кушадаси є дивовижний Караван-сарай, побудований в 16 ст. султаном Мехмет-пашею. У стародавні часи тут зупинялися після довгого шляху торгові каравани, мандрівні по Великому шовковому шляху від Чорного моря до середземноморських міст, де вдавалися до східних задовольнень іноземні купці. Караван-сарай піддався реставрації в 60 роках нашого часу, де була відтворена первозданна краса цієї споруди. В даний час багатьом туристам та і місцевим жителям надається можливість проводити тут вільний час – відпочити, насолоджуючись тропічною рослинністю внутрішнього двору, прекрасним фонтаном з якого доносяться тихо дзюркотливі звуки води, ніжні трелі птахів, запах східних приправ. Тут можна покуштувати турецьку кухню», подивитися і послухати розважальну програму, яка складається з народної музики і танців різних районів Туреччини. Кульмінацією програми, поза сумнівом є «танець живота» у виконанні турецьких красунь-танцівниць.

Фаселіс яхт тур

Що може бути приємно поїздки на яхті в жаркий літній день? Яхта відправляється з порту в місті Кемері і пливе до руїн античного міста Фаселіс. Нескінченна гладінь морить, змінна картина прибережних скель, гроти, пляжі, бухти і постійне відчуття свіжості. Вас чекає стоянка і купання в бухті багатого історичним минулим античного міста Фаселіса, яке розташоване біля підніжжя гори Тахтали Олімпос. Тут Ви зможете побачити історичні руїни акведука, що забезпечував водою жителів, римські лазні, амфітеатр і багато інших цікавих місць. Під час декількох зупинок в безлюдних затоках і бухтах Ви зможете викупатися, позагорати і пообідати на борту яхти, в ідилічній обстановці, а в пани замовити улюблені напої. До ваших послуг відкриті і закриті майданчики, де під мелодійний шум хвилі. Вам ніхто не перешкодить насолодитися сонячними променями або поніжитися в тіні, споглядаючи природну пишність. А також Ви зможете скористатися додатковими послугами, такими, наприклад як катання на «банані», парашуті або водному мотоциклеті.

Подорож на яхті по річці Манавгат

Прогоулянка на яхті по Манавгату – це одна з найпопулярніших, цікавіших і екзотичних поїздок. Манавгат, одна з найглибших річок в світі. Під час зупинки на пікнік Вам надасться можливість відпочити. По золотистому піску прогулюються верблюда. привертаючи увагу відпочиваючих. Вони викликають захоплення не тільки у дітей, але і дорослих. На пляжі також будуть запропоновані всі види водних розваг (за додаткову плату). Ви побачите черепах, які розташувалися на вітках дерев і теж загоряють на сонечку. Після приємно проведеного часу по дорозі назад на яхті Ви зможете взяти участь в запальному танку східної танцівниці.

Джип-сафарі

Знайомство із звичаями і життям сільських жителів турецьких сіл за кермом джипу «сузукі» пропонуємо Вам в запаморочливій подорожі. День почнеться на типовій турецькій фермі, де Ви покуштуєте чаю. Після недовго-

го чаювання Ви зупинитеся на залізничній станції Чамлик. Точкою захоплюючого старту будуть гори, звідки і починається справжнє сафарі. Дорогі, які Вам належить подолати знаходяться не в кращому стані, проте це зробить Вашу подорож таким, що більш захоплює. Обід Вас чекатиме в старому гірському селі на лоні природи. У перебігу дня Ви випробуєте масу приємних відчуттів. Дика природа, прекрасні гори, справжнє турецьке село, де Ви познайомитеся з побутом, традиціями і кухнею цього краю, буде приємним і пам'ятним спогадом, якщо найцікавіші моменти подорожі Ви запечатайте на декількох фотознімках.

Поїздка в Дальян

Пишність античного Кауносу – давня назва Дальяну, живописна природа, красою якої Ви зможете насолодитися, оглядаючи казкові пейзажі з борту яхти. Надасться можливість побачити відомих у всьому світі величезних черепах, перші з яких з'явилися ще 95 млн. років тому, черепаховий пляж на якому черепахи відкладають свої яйця в пісок завглибшки на 80 див. Пропливаючи по річці, яка називається Дальян, Ви зможете розгледіти загублені серед прибережних скель гробниці лікійських королів 4 вік до н.е.

Зупинка біля стародавнього міста Каунос, Вам надасть можливість оглянути Агору, римські лазні, амфітеатр, церква. Наступна зупинка не менш цікава, ніж попередня – це знамениті грязьові ванни, що містять в собі сірчисті води, дно яких покрите лікувальною гряззю. Зануритися в стародавню цивілізацію, прийняти грязьові ванни цілющих джерел, не тільки побачити гігантських черепах, але і підкотитися на них – реальна можливість під час цієї незабутньої і дивовижної екскурсії [9].

Екскурсія на острів Родос

Відпочиваючи в Мармарісі, надасться можливість потрапити і побачити чудовий острів. Дивовижна панорама столиці відкривається з вершини гори, яка названа на честь адмірала Сіднея Сміта. На Родосі туристи оглядають гігантський акваріум, амфітеатр, стадіон, де відбулися перші Олімпійські ігри. Прогулянка по мостових Старого Міста, підвісним мостам через рови, огляд

Палацу Старого Магістра і інші цікаві визначні пам'ятки цього дивовижного острова створює враження величі і привабливості цього незвичайного краю.

Дідім

Зробити крок в історію на декілька тисячоліть назад можливо, якщо Ви побажаєте приєднатися до нашої екскурсії в Дідім, де потрапите в оточення античних храмів і амфітеатрів. Одним з цінних пам'ятників античної архітектури є дідімський храм Аполлона еллінської цивілізації, поступливий тільки храму Артеміди в Ефесі і храму Гери на острові Самос. Ще два античні міста Прієн і Мілет поповнять Ваше знайомство з античним світом.

2.8. ТРАНСПОРТ У ТУРЕЧЧИНІ

Літак. Турецькі авіакомпанії Turk Hava Yolları (ТНУ – «Турецькі авіалінії», символ – ТК) і Turk Hava Tasimaciligi (ТНТ – «Турецький авіатранспорт», символ – ЗН) виконують рейси усередині країни. При замовленні і покупці квитків надається 10-процентна знижка для сімейних пар і батьків з дітьми, знижки для молоді (від 12 до 24 років) і немолодих пасажирів (від 60 років), а також для молодожонів і подружжя, що відзначають ювілей весілля.

Регулярні рейси з Анкари здійснюються в міста: Адана, Анталія, Батман, Бурса, Ван, Газіантеп, Даламан, Діярбакир, Елазі, Ерзінджан, Ерзурум, Ізмір, Карс, Малатія, Стамбул, Трабзон і Шанлиурсра. Із Стамбулу – в міста: Адана, Анкара, Анталія, Батман, Бурса, Газіантеп, Даламан, Денізли, Ізмір, Кайсері, Самсун, Трабзон.

Крім того, в Туреччині є інші авіакомпанії, квитки в яких можуть бути істотно дешевше. Наприклад, компанія Istanbul Airlines виконує рейси із Стамбулу в міста: Адана, Анкара, Анталія, Даламан, Ізмір, Трабзон і Ван, квитки можна замовити в Стамбулі.

У аеропорт слід прибути принаймні за 45 хвилин до вильоту. У будівлі аеропорту іноді буває важко зорієнтуватися, показчики є далеко не завжди. Крім того, слід поклопотатися про свій багаж, тобто про те, щоб його завантажили в потрібний літак.

Міжміський автобус. Автобусна мережа в Туреччині добре розвинена, автобуси комфортабельні, а вартість проїзду відносно невисока (за 100 км – \$2-5). Так, восьмигодинна подорож із Стамбулу до Анкари (450 км.) обійдеться вам в \$15-30, залежно від автобусної компанії (а якщо купити квиток на нічний рейс, то можна заощадити на готелі, та і їхати вночі прохолодніше). Кращими по співвідношенню ціни і рівня обслуговування є компанії Ulusoy і Varan. При покупці квитка можна вибрати собі місце, бажано не на сонячній стороні, а якщо вам не подобається сигаретний дим, то краще сісти попереду. Під час поїздки у службовця (yardıncı або tuavin-ярдымджи, муавин) можна попросити охолодженої води (це безкоштовно): «Su, lutfen!» (Су, лютфен! – Води, будь ласка!) Автобус зупиняється на відпочинок через кожні півтори години.

Залізниця (TC Devlet Demiryolları, TCDD, DDY) зв'язує багато міст Туреччини, але подорож поїздом займає, як правило, значно більше часу, чим на автобусі (іноді удвічі). Проте подорожувати швидкісним поїздом (mavi tren, ekspres або mototren) між Анкарою, Стамбулом і Ізміром досить приємно, ці поїзди комфортабельніші і лише трохи дорожче, ніж переповнені людьми і сигаретним димом автобуси.

Назва станції не завжди збігається з назвою міста. Наприклад, якщо вам потрібний Стамбул, то слід шукати назви Haydarpasa (Хайдарпаша) і Sirkeci (Сиркеджи) – станцій в азіатській і європейській частинах міста. В Ізмірі це станції Basmane (Басмане) і Alsancak (Алсанджак).

Гордість турецької залізниці – швидкісний поїзд Fatih Ekspresi (Озатіх Експреси), що курсує між Стамбулом і Анкарою, з пульманівськими вагонами першого класу, відео і подачею обіду прямо на місце (як в літаку). Експрес відправляється в 10:30 і прибуває на місце в 18:00, що швидше за більшість автобусів.

Квитки на всі швидкісні потяги потрібно замовляти або купувати заздалегідь, принаймні за декілька днів. Знижки на квитки туди і назад {gidis-dunus – гидиш-денюш) 20%, для студентів і подружніх пар – от 20 до 30%.

Автомобіль. Теоретично в Туреччині правосторонній рух, але на практиці турки часто мчаться посередині дороги і не бажають нікому поступатися, покладаючись на волю випадку і милість аллаха. Швидкісні обмеження: у місті 50 км/год., за містом – 90 км/ч. Швидкісні шосе небагато, більшість доріг мають дві смуги і в'ються серпантинном уздовж схилів горбів. Особливо обережним слід бути вночі, машини можуть їздити без включених вогнів і зупинятися прямо посеред дороги.

Як правило, у продажу буває декілька видів бензину: normal (нормал), super (супер) і kursunsuz (куршунсуз). Бензозаправні станції повсюдне (тільки у східних районах Анатолії можуть виникнути труднощі з їх відшукуванням). Багато станцій працюють до пізньої ночі або цілодобово, так що заправка проблем не викличе, принаймні на основних магістралях.

Морський транспорт. Компанія «Турецькі морські лінії» (TML) виконує поромні рейси уздовж берегів Мармурового, Егейського і Середземного морів по маршруту Стамбул – Змір (19 годин – \$20) Кушадаси – Мармаріс – Фетхіє Анталія – Аланья і назад. З кінця травня по вересень компанія виконує рейси уздовж берегів Чорного моря із Стамбулу до Трабзон (\$30-85). Крім того, TML організовує поромну переправу з турецьких портових міст на Турецькі острови Лесбос, Хіос, Самос, Родос, Кіпр [9].

2.9. РОЛЬ ДЕРЖАВИ В РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Туризм – одна з найбільших і найбільш швидко зростаючих галузей господарства Туреччини. Очікується, що в 2009 р. туристська індустрія Туреччини проведе 27 млрд. дол. ВВП, або 3,8% всього ВВП країни. Зайнятість в галузі складе 443 тис. робочих місць, або 2,1% всій зайнятості.

Реальна дія туризму на економіку країни ще більша. Туристська економіка (пряма і непряма в сумі) дасть 64 млрд. дол. ВВП, або 9,1% повного ВВП країни. Пряма і непряма зайнятість забезпечить 1375 тис. робочих місць, або 6,4 % всій зайнятості. Туристський експорт товарів і послуг досягне 26 млрд. дол. (15,2% всього експорту), а сумарні капіталовкладення в ту-

ризм перевищать 13 млрд. дол. (10,7 % всіх інвестицій), Урядові витрати на туризм складуть близько 0,8 млрд. дол. (0,5% всіх державних витрат).

У зв'язку зі світовою фінансовою кризою темп зростання в 2009 р. знижується: у туристській індустрії до 1,3% по ВВП і 1,5 по зайнятості, а в туристській економіці — до -1,1% по ВВП і +1,0% по зайнятості і -1,7% по споживанню. У наступні десять років середньорічні темпи зростання туристської індустрії Туреччини очікуються на рівні 4,1% по ВВП, 2,4% по зайнятості, 3,6% по інвестиціях. Економіка туризму ростиме на 5,0% по споживанню, 4,3% по ВВП, 2,8% по зайнятості, 3,6% по інвестиціях, 3,8% по експорту. Зростання урядових витрат в 2009–2019 рр. прогнозується на 5,4% щорічно.

Проте, хоча Усесвітня Туристська Організація оцінює Туреччину на 19-му місці в світі по популярності рекреаційного туризму і на 12-му місці по доходах від туризму, частка Туреччини в світовому туризмі – ще тільки 2%.

З 1980-х років туризм був центром послідовної політики урядів з метою досягнення індустріалізації експорту. Закон про Підтримку Туризму (1982), який дав щедрі стимули для інвестицій в туризм, привів до виключно швидкого зростання галузі за об'ємом, вартості і матеріальної інфраструктури. Урядові стимули в 1980-і рр. забезпечили фінансування будівництва по Південному побережжю, яке привело до збільшення місць в готелях з 50 тисяч до 700 тисяч. Уряд також грає ключову роль в залученні інвестицій в туризм і координації розвитку інфраструктури галузі, створюючи стимули шляхом низьковідсоткового кредитування нових туристських комплексів.

Уряд поступово визнав, що туризм – це економічний двигун країни, і сьогодні вважає галузь одним з трьох найважливіших секторів господарства, разом з сільським господарством і експортом. Сукупні урядові витрати на туризм в 2001-2010 роки оцінюються в об'ємі 2,9 млрд. дол. і підрозділяються на приватні витрати (30%), пов'язані з індивідуальним туризмом (субсидії музеям, послуги імміграції і тому подібне) і загальні витрати (70%), призначені для суспільства (облаштування аеропорту, заохочення туризму і ін.).

Приватний сектор сильно покладається на урядову підтримку. Асоціація тур агентств Туреччини (Association of Turkish Travel Agents, TURSAB) хоті-

ла б, щоб уряд пішов далі, визнав туризм як сектор № 1 і приділяло йому першорядне значення в економічній політиці. Якщо таке буде досягнуте, індустрія туризму робитиме ще швидші успіхи, що приносять вигоду для всьому спектру турецької економіки.

Надзвичайно упевнено розвивається поліпшення стосунків з Грецією. Після безлічі симпозіумів і взаємних візитів на вищому рівні в 2000 р. підписана угода про співпрацю по туризму між Туреччиною і Грецією. Це відразу ж рік дало зростання прибуття грецьких туристів до Туреччини на 49%.

Політика лібералізації Туреччини і перехід від протекціонізму до відкритої ринкової економіки з 1980 року привели до різкого збільшення ділового туризму. Діловий туризм також виріс після відкриття численних філій міжнародних компаній в головних містах. Стамбул, зокрема, став важливим міжнародним центром конференцій.

Відміна обмежень на ввезення-вивіз валюти і податку на відпустку за кордоном стимулювали зростаючий інтерес турецьких громадян до проведення відпустки як вдома, так і за кордоном, особливо в країнах ЄС і на Північному Кіпрі. Потенційний ринок внутрішнього туризму в Туреччині офіційні джерела оцінюють в 6 млрд. дол., що еквівалентне 75% доходів від в'їзного іноземного туризму.

Проте, урядовий внесок в розвиток туризму розмірі 0,8% від ВВП далеко не відповідає регіональному і глобальному положенню Туреччини у сфері туризму. Моделювання і розрахунки показують, що ВВП туризму і зайнятість в нім в Туреччині могли б бути більше, якщо уряд поставить галузь в рівноправний режим оподаткування порівняно з іншими галузями господарства.

Інтуїтивно можна було б думати, що має бути прямий зв'язок між впливом галузі на економіку (% від ВВП) і об'ємом державного фінансування цієї галузі, але це не так. У Туреччині відношення частки туризму у ВВП країни (%) до частки в урядових витратах складає 14,8 / 1. В світі це відношення дорівнює 2,5 / 1, в ЄС – 2,7 / 1. Це показує, що турецькі власті отримують від туристської індустрії більше, а повертають їй значно менше, ніж в інших країни.

Економіка туризму Туреччини в 2001 дала 3,5 млрд. дол. податкових надходжень. Велика частина цієї суми склалася з непрямих податків (2,0 млрд. дол.) у зв'язку із закупівлями туристами товарів і послуг, а величина в 1,2 млрд. дол. – з прибуткового податку із зайнятості з сфери туризму. Всього економіка туризму дала 10,1% всіх податків, сплачених в країні. У 2010 році очікується, що туризм дасть 13,3% податкових надходжень Туреччини, або сума в 10,3 млрд. дол.

Розрахунок показує, що в Туреччині податкові збори з туристської індустрії в 18,5 разів перевищують урядові витрати на сферу туризму. Середньосвітове співвідношення податків з туризму до урядових витрат на туризм дорівнює 3,0. Це означає, що в частині оподаткування туризму Туреччина неконкурентоздатна зі світовими стандартами [21].

Тенденція використовувати туризм як генератор доходу в Туреччині наростає. Часто це – результат нескоординованих дій між національними, провінційними і муніципальними властями. В цілому, турецький уряд сумісний з приватним сектором встановило ясні керівні принципи для життєздатного розвитку туризму, але вони не завжди дотримуються на місцевому рівні.

2.10. Висновки з другого розділу

З вищесказаного можна підвести такі висновки:

1. Розповсюдження в Туреччині практично всіх видів туризму – морського і наземного, спортивного і лікувально-оздоровчого, екстремального і пляжного і так далі – пояснюється перш за все унікальним поєднанням природних ресурсів: це тепле море, м'який і здоровий середземноморський та гірський клімат, колосальна протяжність берегової лінії, гірський рельєф з його прекрасними панорамними видами, тропічні ліси та інше. Навряд чи можна знайти в світі іншу країну для порівняння.

2. Другий найважливіший чинник розвитку туризму до Туреччини – як найдавніша й оригінальна історія і культура країни, де є свідоцтва і реліквії,

що збереглися до наших днів. Туреччина входить в першу десятку в світі по числу культурних пам'ятників світової спадщини.

3. Третій найважливіший чинник, що забезпечив високий рівень розвитку туризму, – відвертість населення Туреччини по відношенню до іноземців. Турки — гостинний і доброзичливий народ.

Розділ 3.

РІВЕНЬ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТУРЕЧЧИНИ

3.1. Основні показники туристичної галузі Туреччини

У 2008 році іноземні туристи витратили в Туреччині 30 мільярда доларів, що перевищує показники 2007 року (26,6 мільярда) на 17,6%. Середні витрати кожного туриста склали 756 доларів. Всього в минулому році країна прийняла 25,6 мільйонів зарубіжних гостей (з ночівлею). Кількість транзитних туристів склала 1,1 млн.

У 2008 році туристична сфера країни отримала обсяг інвестицій в 15,5 млрд. доларів – приблизно скільки протягом кожного з трьох попередніх років. У 2009 році очікується зниження капіталовкладень на 2,5 млрд. дол., або на 15%. Потік туристів у 2009 році зменшується незначно – лише на 3%.

Таблиця 3.1

Основні показники розвитку іноземного туризму в Туреччині

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Індекс числа відвідувачів (1988=100)	217,7	223,8	222,8	234,0	238,4	242,4	248,3	257,7	249,1
Круїзні відвідувачі (тис. чіл.)									
Одноденні відвідувачі (тис. чіл.)	836	466	689	691	852	903	1093	1055	1017
Багатоденні відвідувачі (тис. чіл.)	10783	12790	13341	16826	20273	18916	22248	25162	24577
Всього відвідувачів (тис. чіл.)	11619	13256	14030	17517	21125	19820	23341	26216	25594
Середні витрати на поїздку (дол.)	696,3	639,6	941,1	907,0	859,3	850,3	792,0	792,3	755,6
Середні витрати на проїзд (дол.)	70,0	60,1	44,4	53,1	74,2	84,1	92,6	93,3	86,5
Дохід від іноземного туризму (млрд. дол.)	7,2	8,6	11,9	15,6	19,6	21,3	26,6	30,0	28,3
Діловий туризм: експорт (млрд. дол.)	1,6	1,5	1,1	1,5	2,9	2,7	3,0	3,5	3,2
Діловий туризм: імпорт (млрд. дол.)	0,7	0,7	0,7	0,8	1,1	1,0	1,2	1,5	1,3

Джерело: [59]

У 2006–2009 роки Туреччина займає 15-е місце в світі за обсягом надходжень від туризму, 94-е місце – по частці туризму в економіці країни, 99-е місце – по темпах зростання туристської індустрії.

Аналіз динаміки темпів зростання кількості іноземних туристів дає можливість прогнозувати перспективний розвиток (див. рис. 3.1–3.2). Як бачимо, логарифмічний тренд показує на найближчі 10 років деяке згладжування та зниження темпу зростання прибуттів туристів приблизно до 4% за рік. Таким чином, у 2019–2020 році кількість прибуваючих іноземців може скласти біля 36 млн. осіб.

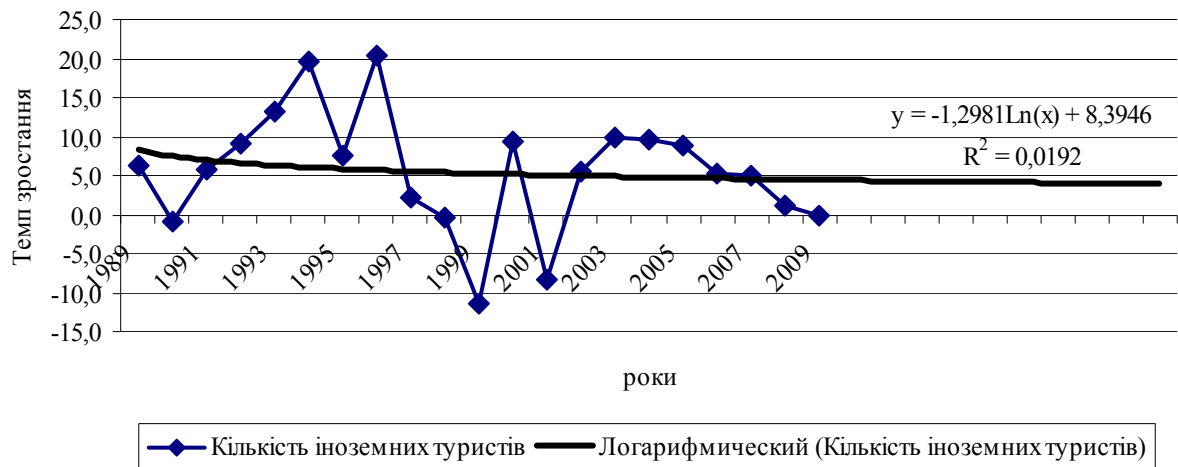


Рис. 3.1. Темпи зростання кількості туристів в Туреччині

Джерело: [59]

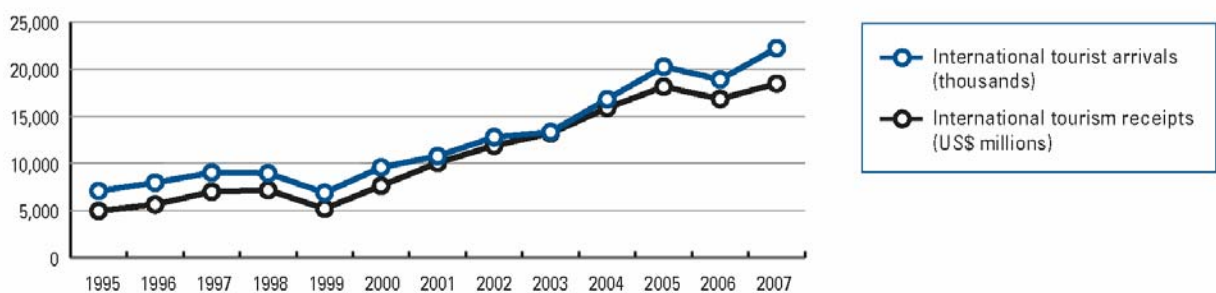


Рис. 3.2. Динаміка потоку іноземних туристів і туристського доходу в Туреччині

Джерело: [57. 59]

3.2. СТРУКТУРА ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Згідно Концепції допоміжних рахунків індустрії туризму (TSA) економічна структура туристичної діяльності складається із статей попиту і пропозиції. «Допоміжний рахунок» допоможе сконструювати два різних, що доповнюють один одного, агрегованих показника пропозиції у сфері туризму : індустрія туризму і економіка туризму.

Перший з них – індустрія туризму включає однозначно визначуваний виробничий внесок «індустрії» (тобто тільки прямий внесок) для порівняння з внесками інших галузей економіки, тоді як другий – економіка туризму – включає ширше розуміння ролі туризму, в масштабі всієї економіки, тобто прямий і непрямий внесок.

Економіка туризму – це прямий і непрямий вплив активності туристів, капіталовкладень, експорту і державних служб.

Індустрія туризму – прямий вплив активності туристів (перевезення, розміщення, продукти харчування і напої, рекреація, розваги і туристичні послуги).

Статті попиту включають:

1. Індивідуальний туризм і подорожі. Ця категорія формально називається «Особисте споживання у галузі туризму » і включає всі особисті витрати, здійснювані резидентами країни на оплати різних послуг (житло, що знімається, транспорт, розваги, продовольство, фінансові послуги і так далі) і товари (тривалого і короткочасного користування) галузі, якими користуються туристи. Такі витрати можуть мати місце або після поїздки. У поняття «витрати» включається вся сфера туризму -, як виїзди за рубіж, так і переміщення усередині країни.

2. Ділові поїздки. Ця категорія формально називається «Проміжне споживання у галузі туризму» або, простіше, в ділових поїздках. До цієї категорії відносяться урядові витрати на товари і послуги (транспорт, житло, про-

довольство, розваги, і так далі), якими користуються державні службовці під час робочих поїздок.

3. Державні інвестиції (індивідуальні). Ця категорія формально називається «Неринкові (індивідуальні) послуги» і включає витрати (перерахування грошових коштів і допомоги) державними установами на послуги сфери туризму, що надаються іноземцям, – такі, як культурні програми (наприклад, музеї), відпочинок (наприклад, національні парки), митне очищення (наприклад, імміграційний контроль, митна служба) і ін.

4. Експорт від туристів. Ця категорія включає витрати іноземців на товари і послуги в даній країні.

Ці чотири статті утворюють споживання індустрії туризму, тобто загальні витрати у сфері туризму на товари і послуги, що здійснюються іноземцями або від імені іноземців в даній країні.

5. Державні інвестиції (колективні). Ця категорія формально називається «Неринкові (колективні) послуги» і включає витрати (перерахування коштів і допомоги) державними установами на послуги, пов'язані з туризмом і відпочинком, але що не відносяться безпосередньо до окремого іноземця. Ці витрати – такі, як стимулювання туризму, зміст адміністрації аеропортів і служб безпеці, санітарно-гігієнічне обслуговування туристичних місць і курортів і ін. – здійснюються суспільством в цілому.

6. Капіталовкладення. Ця категорія формально називається «Процес формування капіталу» і включає капіталовкладення від прямих постачальників послуг сфери туризму, а також від державних установ, що надають іноземцям матеріальну базу, устаткування і інфраструктуру.

7. Експорт (не туристичний). Ця категорія включає споживчі товари (одяг, електроніку, бензин), що експортуються виключно з метою продажу іноземцям, а також капітальні товари (такі, як літаки або круїзні судна), що експортуються для використання постачальниками послуг в індустрії туризму.

Ці три статті утворюють попит на туризм і подорожі – показник активності туристичної галузі в національній економіці.

У Туреччини на 2009 рік структура попиту на туристичні послуги виглядала таким чином (таб. 3.1):

Таблиця 3.1

Структура попиту на туристичні послуги в Туреччини

Статті попиту	млрд. лір
Індивідуальний туризм і подорожі	45,6
Ділові поїздки	9,0
Державні інвестиції (індивідуальні)	0,3
Експорт від туристів	32,2
Споживання індустрії туризму	87,0
Державні інвестиції (колективні)	0,5
Капіталовкладення	19,6
Експорт (не туристичний)	6,3
Попит на туризм і подорожі	113,4

Джерело: [59]

Статті пропозиції включають:

1. Індустрія туризму у ВВП (прямі витрати). Це прямий валовий внутрішній продукт (також званий «додана вартість») і зайнятість, пов'язані із споживанням в секторі туризму. Цей показник – однозначно визначуваний внесок в галузь туризму з боку пропозиції, який можна порівняти з еквівалентними внесками інших галузей економіки у ВВП і зайнятість. Організації в цій категорії – це традиційні постачальники послуг у сфері туризму і відпочинку, такі, як авіакомпанії, готелі, компанії по оренді автомобілів і так далі

2. Індустрія туризму у ВВП (непрямі витрати). Це непрямий валовий внутрішній продукт, пов'язаний із споживанням в секторі туризму. Це внесок у вигляді первинних продуктів в економіку даної країни, здійснюваний постачальниками в традиційну галузь туризму. Організації в цій категорії – це компанії-постачальники палива, харчових продуктів, пральні, бухгалтерські фірми і так далі

3. Імпорт індустрії туризму. Вартість товарів, імпортованих організаціями, зайнятими безпосередньо або побічно в секторі туризму.

Ці три статті утворюють загальну пропозицію індустрії туризму.

4. Індустрія туризму, а також зв'язаних галузей економіки у ВВП (прямі і непрямі витрати) – прямий і непрямий валовий внутрішній продукт (також звана «додана вартість») і зайнятість, пов'язані з попитом в секторі туризму. Цей показник – наймасштабніша міра внеску туристичної галузі в національну економіку. Організації в цій категорії – це все вищеописані установи, а також підприємства оброблювальної промисловості, будівельні компанії, уряд і ін., тобто організації, що мають відношення до капітальних вкладень і нетуристичного експорту, плюс державні служби.

5. Імпорт індустрії туризму і зв'язаних галузей (економіки туризму) – вартість товарів, імпортованих організаціями, безпосередньо або побічно зайнятими в секторі туризму.

Ці дві статті утворюють загальну пропозицію економіки туризму.

У Туреччині на 2009 рік структура пропозиції туристичних послуг виглядала таким чином (таб. 3.1):

Таблиця 3.2

Структура пропозиції туристичних послуг

	млрд. лір
Індустрія туризму у ВВП (прямі витрати)	40,1
Індустрія туризму у ВВП (непрямі витрати)	29,0
Імпорт індустрії туризму	18,0
Загальна пропозиція індустрії туризму	87,0
Індустрія туризму, а також зв'язаних галузей економіки у ВВП	95,3
Імпорт економіки туризму	18,1
Загальна пропозиція економіки туризму	113,4

Джерело: [59]

3.3. ВПЛИВ ТУРИЗМУ НА ЕКОНОМІКУ

Туризм і подорожі, включаючи транспорт, житло, живлення, відпочинок і послуги для гостей – одна з найпріоритетніших галузей світової економіки і провідний працедавець.

ПОПИТ

Світовий попит на туризм і подорожі в 2009 р. досягне, по оцінках, 7340 млрд. дол. в економічній активності (загальний попит), а до 2019 р. виросте до 14382 млрд. дол. Очікується, що в 2009 р. попит на туризм і подорожі в Європейському Союзі збільшиться до 2149.4 млрд. дол., і до 3529.0 млрд. дол. в 2019 р.

У Туреччини в 2009 р. попит на туризм і подорожі складе 113,4 млрд. лір (76 млрд. дол.) у економічній активності (у загальному попиті), а в 2019 р. – 282,3 млрд. лір (155,3 млрд. дол.).

ВВП

Внесок індустрії туризму в світовий ВВП складе в 2009 р. 3,2%. При цьому внесок економіки туризму (тобто включаючи і інші галузі, пов'язані з туризмом і подорожами) в світовий ВВП складе в цьому ж році 9,4%. У Європейському Союзі ці показники досягнуть 3,9% і 10,9% відповідно.

Внесок *галузі туризму* у валовий внутрішній продукт (ВВП) Туреччини склав, по оцінках на 2009 р., 3,8% (40,1 млрд. лір, або 26,9 млрд. дол.), а до 2019 р. підвищиться в номінальному виразі до 91,6 млрд. лір, або 50,4 млрд. дол. (7,6% ВВП). Внесок *економіки туризму* (тобто всіх галузей, безпосередньо або побічно пов'язаних з туризмом і подорожами) у ВВП за той же період повинен вирости з 9,1% (95,3 млрд. лір, або 63,9 млрд. дол.) до 7,7% (223,1 млрд. лір, або 122,7 млрд. дол.).

ЗРОСТАННЯ

Туризм і подорожі – це галузь, що нестримно розвивається, приріст економічної активності досягне в якій в наступних 10 років в реальному виразі

досягне 2,8% в рік по всьому світу. У Європейському Союзі цей показник складе 3,5% в рік за період 2007-2019 рр., а в Туреччині – 4,3%.

ЗАЙНЯТІСТЬ

Галузь туризму активно використовує людські ресурси, створюючи привабливіші робочі місця в порівнянні з іншими галузями. У 2009 р. одне з кожних 13,1 робочих місць у світі буде сформовано галуззю туризму. Економіка туризму у світовому масштабі використовує 7,6% всієї робочої сили. В даний час в галузі існує 77,3 млн. робочих місць, а в економіці туризму, тобто включаючи зв'язані галузі – 219,8 млн. Ці показники виростуть до 2019 р. до 97,8 і 275,7 млн. робочих місць в галузі і економіці відповідно. У індустрії туризму Європейського Союзу в 2009 р. очікується створення 8605 тис. робочих місць (4,2% всій зайнятості), а в економіці туризму (тобто включаючи всі зв'язані галузі) цей показник досягне 23820 тис. робочих місць (11,8% всій зайнятості).

У економіці туризму (тобто всіх галузей економіки, безпосередньо або побічно пов'язаних з туризмом і подорожами) Туреччини, по оцінках на 2009 рік, буде сформовано 1375 тис. робочих місць, що складе 6,4% загальній зайнятості, або 1 робоче місце на кожних 15,6 по країні. Очікується, що до 2019 р. ця цифра виросте до 1811 тис. робочих місць, тобто до 7,3% загальної зайнятості, або 1 робочого місця на кожних 13,8 по країні. 443 тис. робочих місць окремо в індустрії туризму складе в 2009 р. 2,1% загальній зайнятості, а до 2019 р. очікується на рівні 581 тис. робочих місць, що також дорівнюватиме 2,3% загальній зайнятості.

ЕКСПОРТ ТУРИСТИЧНИЙ

Сектор туризму є провідним експортером, при цьому в'їжджаючи гості безпосередньо беруть участь в процесі вливання іноземної валюти в економіку країни. Експорт туристичного сектора в Європейському Союзі складе в 2009 р., по оцінках, 13,0% загального експорту. У Туреччині експорт від туристів формує істотну частку внеску туристичної галузі у ВВП.

У загальному експорті Туреччини за 2009 р. 15,2% поступають від галузі туризму (38,5 млрд. лір, або 25,8 млрд. дол.), а в 2019 р. цей показник виросте до 94 млрд. лір, або 51,7 млрд. дол. (10,7% загального експорту).

КАПІТАЛОВКЛАДЕННЯ

Розвиток галузі туризму стимулює розвиток будівництва і промисловості. Капіталовкладення державного і приватного секторів економіки в туристичну галузь по всьому світу складуть в 2009 р. 1220 млрд. дол., або 9,4% всіх інвестицій, а до 2019 р., по оцінках, виростуть до 2590 млрд. дол., або 9,3%. У Європейському Союзі капіталовкладення в туризм і подорожі в 2009 р. складуть 241,4 млрд. дол., або 8,6% загальних капіталовкладень регіону.

У Туреччини цей показник досягне в тому ж році 19,6 млрд. лір (13,1 млрд. дол.), або 10,7% загальних капіталовкладень, а до 2019 р. – 42,6 млрд. лір (23,4 млрд. дол.), або 7,5% загальних капіталовкладень.

УРЯД

Галузь туризму є генератором і одержувачем державного капіталу. В цілому по світу в 2009 р. буде сконцентровано 404,2 млрд. державних асигнувань, або 3,9% всіх державних витрат. До 2019 р. державні витрати на галузь повинні вирости до 709,39 млрд., або 4,0% всіх державних витрат. Державні операційні витрати на галузь туризму в Туреччини складуть, по деяких оцінках, в 2009 р. 0,8 млрд. лір (0,5 мільярда доларів), або 5% всіх державних витрат. До 2019 р. цей показник виросте до 3,3 млрд. лір (4,0 млрд.), що складе 8,2% загальних державних витрат.

ЗАГАЛЬНИЙ ПОПИТ

Очікується, що в 2009 р. частка сектора економіки, пов'язаного з подорожами і туризмом, складе в Туреччини 95 млрд. лір (64 млрд. дол.) від загальної потреби економіки в інвестиціях, у тому числі:

— 1,0 млрд. лір (1,0 млрд. дол.) на державні витрати (що складає 0,5% від загальної суми державних витрат Туреччини) по забезпеченню індивідуа-

льних і колективних послуг в області розвитку індустрії туризму в країні, включаючи в'їзний туризм;

— 20 млрд. лір (13 млрд. дол.) на капіталовкладення, або 10,7% від загального обсягу капіталовкладень до Туреччини, у формі особистих, комерційних і суспільних вкладень в розвиток туристичної індустрії і її інфраструктури як окремими громадянами, так і туристичними компаніями і державними установами;

— 39 млрд. лір (26 млрд. дол.) на туристичний експорт, що є частиною світового туристичного ринку, або 15,2% від загального турецького експорту;

Таблиця 3.3

Оцінки і прогнози розвитку галузі туризму Туреччини

	2009			2019		
	млрд. лір	%	зрос- тання	млрд. лір	%	зрос- тання
Індивідуальний туризм і подорожі	45,6	7,8	0,0	122,1	7,8	5,8
Ділові поїздки	9,0	0,9	3,5	21,6	0,7	4,7
Державні інвестиції	0,8	0,5	2,6	2,1	0,6	5,4
Капіталовкладення	19,6	10,7	-10,2	42,6	7,5	3,6
Експорт туристичний	32,2	12,6	-1,3	71,6	8,1	3,8
Експорт (не туристичний)	6,3	2,5	5,3	22,3	2,5	8,7
Попит на туризм і подорожі	113,4	8,5	-1,7	282,3	7,4	5,0
Індустрія туризму у ВВП	40,1	3,8	1,3	91,6	3,2	4,1
Індустрія туризму і зв'язані галузі економіки у ВВП	95,3	9,1	-1,1	223,1	7,7	4,3
Зайнятість в індустрії туризму	443,1	2,1	1,5	580,9	2,3	2,7
Зайнятість в індустрії туризму і зв'язаних галузях економіки	1375,0	6,4	1,0	1811,3	7,3	2,8

Джерело: [59]

Дані цифри показують, що сектор індивідуального і ділового туризму складає приблизно 50% від загального розвитку туристичної індустрії. Вра-

ховуючи актуальність і важливість туристичного сектора в цілому, його розвиток має бути одним з основних державних пріоритетів, що гарантуватиме стабільне зростання в майбутньому.

Хоча, як і в інших країнах, на розвитку туристичного бізнесу в Туреччині позначилися наслідки подій 11 вересня 2001 р., після нормалізації ситуації в 2002 р. попит в індустрії туризму знову почав рости. Зараз в туристичному секторі в Туреччині спостерігається стабільне зростання.

Очікується, що в 2009 р. зростання в турецькій індустрії туризму в цілому складе $-1,9\%$; це пов'язано зі світовою фінансовою кризою. У більш довгостроковій перспективі – до 2019 р. – прогнозується щорічне зростання в середньому на $5,0\%$, що перевищить прогнозовані $4,0\%$ зростання на світовому ринку і $3,5\%$ середньорічного зростання в країнах ЄС.

Всесвітня Рада з Туризму (WTTC) і Організація економічних прогнозів Оксфорда (OEF) прогнозують на найближче майбутнє значне зростання капітальних вкладень і туристичного експорту ($9,3$ і $7,5\%$ в рік відповідно), що забезпечить необхідну підтримку для розвитку ділового туризму і притоки державних інвестицій в туристичну галузь. Очікується, що ці показники також ростимуть, хоча і трохи повільніше.

ЗАЙНЯТІСТЬ

Зайнятість в індустрії туризму в Туреччині в 2009 р. складе 443 тис. робочих місць. В цілому кількість робочих місць, пов'язаних з туризмом як прямо, так і побічно, складає 581 тисяч, включаючи:

- співробітників туристичних компаній;
- співробітників державних установ, пов'язаних з туризмом;
- співробітників компаній-постачальників.

До першої категорії відносяться співробітники, що працюють безпосередньо в туристичній індустрії; в цілому ж всі три категорії представляють пов'язаний з туризмом сектор економіки.

Кількість робочих місць в туристичній галузі в Туреччині в 2009 р. імовірно складе 449 тис., або 10,3% від загальної кількості робочих місць в країні, а до 2019 р. число робочих місць складе 601 тис., або 10,3% від загальної зайнятості в Туреччині.

867,2 тисяч робочих місць в індустрії туризму, прогнозованих на 2009 р., складе 20% від загального числа робочих місць в країні, а до 2019 р. зайнятість в секторі економіки, пов'язаному з туризмом, зросте на 349 тис. робочих місць, що складе 20,9% від загальної зайнятості населення країни.

За останні десять років у сфері зайнятості в індустрії туризму Туреччини спостерігається повільне зростання. Кількість робочих місць в ній збільшилася більш ніж на 77 тисяч. У зв'язку з розвитком сектора індивідуального туризму, що продовжується, збільшенням капітальних інвестицій і туристичного експорту, прогноз щодо зростання зайнятості до 2009 р. теж вельми позитивний. Очікується, що до цього моменту кількість робочих місць в туристичній галузі збільшиться на 29 тис.

Якщо зростання в економіці і в секторі туристичного експорту протягом наступних десяти років продовжиться, то можна чекати створення 35 тис. нових робочих місць в рік. Це означає, що загальна кількість робочих місць в індустрії туризму з 2007 р. по 2019 р. щорічно збільшуватиметься на 3,4%.

Таблиці, що приводяться, ілюструють наступні цікаві моменти. По-перше, найбільш значне зростання робочих місць в індустрії туризму спостерігалось в кінці 1990-х рр.

По-друге, якщо порівняти показники зайнятості у сфері туризму в Туреччині (як відсоток від загальної зайнятості) з аналогічними показниками в інших країнах, то Туреччина займає 29-е місце.

ВАЛОВИЙ ВНУТРІШНІЙ ПРОДУКТ (ВВП)

Очікується, що в 2009 р. загальний дохід індустрії туризму складе 14,0 млрд. лір (17,7 млрд. дол.), або 7,3% загального ВВП.

У ширшому розумінні, пов'язаний з туризмом (як безпосередньо, так і побічно) сектор економіки принесе 31,3 трлн. лір (39,5), або 16,4% від загального значення ВВП. Довгострокові прогнози зростання внеску туристичної галузі у ВВП також позитивні і можуть перевищити 4,0% реального щорічного зростання до 2019 р. Очікується, що за той же період частка туристичної індустрії у ВВП зросте на 0,9 процентних пунктів і досягне 17,2% доль загального ВВП, що складе 59,2 трлн. лір (71,0 млрд. дол.).

Дані прогнози демонструють важливу стимулюючу роль туристичної галузі в розвитку економіки, особливо для країни, що розвивається. Перша частина графіків (стовпчикова діаграма) наочно ілюструє, що туристична галузь в Туреччині є одним з основних каталізаторів для її економіки.

У країнах ЄЕС залежність між ВВП і туризмом набагато слабкіша, і обидва розвиваються приблизно паралельно. Представлені таблиці показують, що невеликі, але позитивні зміни в туристичній індустрії, особливо наочно видні на графіках, що ілюструють ситуацію в Туреччині, можуть надавати значну дію на економічний стан в туризмі в цілому.

КАПІТАЛОВКЛАДЕННЯ

Очікується, що в 2009 г. обсяг капіталовкладень в грецьку індустрію туризму складе 6,4 млрд. лір (8,1 млн. дол.), або 14,3% від загального обсягу інвестицій.

Найбільшу частку капіталовкладень складають приватні інвестиції в нові заводи і устаткування, тоді як державний сектор в основному вкладає засоби в створення нової туристичної інфраструктури.

Це свідчить про зростання капіталовкладень, що продовжується, в російську туристичну індустрію з середини 1990-х рр. Очікується, що протягом наступних десяти років (2007-2019 рр.) обсяг капіталовкладень в цю галузь щорічно збільшуватиметься в середньому на 4,5% в реальному численні.

Вивчення прогнозів і результатів капіталовкладень в туристичну галузь дозволяє краще зрозуміти положення на ринку в економіці окремо узятій кра-

їни і очікування приватного і державного секторів економіки на майбутнє. Як правило, капіталовкладення в туристичну індустрію носять циклічний характер і тісно пов'язані з основними державними ініціативами, циклами розвитку ринку, природними катаклізмами і значними соціально-політичними змінами.

Очікується, що обсяг капіталовкладень в туризм в світі в цілому до 2009 р. складатиме 9,3%. Прогноз на 2007-2019 рр. – щорічне зростання на 4,6% (у грошовому еквіваленті – в доларах США). Для країн ЄЕС цей показник складе 8,6% від загального обсягу інвестицій на 2009 р. і 4,2% реального зростання на подальші десять років.

Проте по прогнозах зростання капіталовкладень в туристичну індустрію на 2007-2019 рр. Туреччина є абсолютним лідером в рейтингах WTTC – як по своєму регіону, так і в світі в цілому. Це говорить про те, що на найближчі десять років для туристичних операторів як в Туреччини, так і за кордоном, є прекрасні можливості для реалізації нових ділових проектів.

ІНДИВІДУАЛЬНИЙ І ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ

Очікується, що в 2009 р. доходи від індивідуального туризму складуть 15,0 млрд. лір (18,9 млрд. дол.), або 11,7% від загальних особистих витрат громадян, а доходи від ділового туризму в Туреччини складуть 11,8 млрд. лір, або 14,9 млрд. дол. (92% – від корпоративного туризму, 8% – від державного).

Очікується, що протягом наступних десяти років (2007–2019 рр.) зростання в секторі індивідуального туризму в Туреччини складатиме 4,3% в рік, а зростання в секторі ділового і офіційного туризму – 8,3% в рік.

Аналіз макроекономічної ситуації в Туреччини в середині 90-х рр. підтверджує, що в цей період спостерігалось стабільне зростання особистих витрат громадян на подорожі і туризм.

ЕКСПОРТ

Експорт товарів і послуг, пов'язаних з подорожами і туризмом, грає важливу роль в розвитку російського туристичного бізнесу.

Очікується, що в 2009 р. він складе 11,8 млрд. лір, або 14,9 млрд. дол. США – 92% безпосередньо від туризму і 8% – від експорту споживчих товарів і основного капіталу, що складе близько 32% від загального попиту на товари і послуги туристичного сектора.

За останніх 15 років доходи від експорту туристичних послуг і безпосередньо туризму були вельми великі, за винятком декількох років, протягом яких спостерігався деякий спад. Якщо розглянути весь 16-річний період в цілому (1998-2005 рр.), туристичний експорт виріс на 4,3% в реальному численні. Протягом наступних десяти років очікується стабільне зростання цього показника на 8,3% щорічно, тоді як експорт товарів і послуг, пов'язаних з подорожами і туризмом (тобто не сам туризм безпосередньо) буде незмінне рости на 4.7% щорічно.

В світі в цілому, включаючи Європейський Союз, в туристичному експорті протягом подальших десяти років (2009-2019 рр.) прогнозується зростання на 4,9 і 4,3% відповідно.

З даного прогнозу видно, що в грецькому експорті товарів і послуг, пов'язаних з подорожами і туризмом, спостерігається значне зростання, що перевищує аналогічні показники по інших країнах.

Хоча в цілому довгострокові (2007-2017 рр.) прогнози зростання туристичного сектора в Туреччини позитивні, вони багато в чому залежать від розвитку загальної ситуації в майбутньому і тому не завжди збуваються. Так, наприклад, ураган Катріна в 2005 р., що зробив величезний негативний вплив на положення в туристичному секторі Південного побережжя США, – прекрасний приклад того, що в будь-якому прогнозі завжди є чинник невизначеності, пов'язаної з майбутнім.

УРЯД

Очікується, що в 2009 р. витрати державних установ в Туреччини на розвиток туристичної галузі з поточних операційних фондів складуть 2,4 млрд. лір. (3,1 млрд. дол.).

Це складе 3,8% від загальних державних витрат, що виділяються на надання туристичних послуг індивідуальним туристам, туристичним компаніям і суспільству в цілому. Очікується, що протягом наступних десяти років (2007-2019 рр.) державні інвестиції в туристичну галузь виростуть в середньому на 8,0% в рік в реальному численні.

В цілому по всьому світу прогнозується зростання державних інвестицій в туризм і супутні галузі в середньому на 3.8% і збільшення цих витрат на 2,6% в рік протягом подальших десяти років. Відповідні показники по ЄС складають 3,2% від рівня загальних державних інвестицій в цілому і 1,7% реального приросту в наступному десятилітті. Виходячи з цих даних видно, що державні витрати на розвиток індустрії туризму в Туреччині (2,7%) значно нижче, ніж в інших країнах ЄС, і є більш ніж скромними в порівнянні із загальносвітовими показниками.

У доповіді Всесвітньої Ради з Туризму (WTTC) державні інвестиції в туристичну галузь на 2009 г. розглядаються разом з приватними інвестиціями у розмірі 31,7 млрд. лір (1,1 млрд. дол.), що пов'язане з сектором індивідуального туризму – наприклад, з роботою імміграційних служб. Туди ж включені і колективні інвестиції у розмірі 72,7 млрд. лір (2,5 млрд. дол.), здійснювані суспільством в цілому, (наприклад, на зміст адміністрації аеропортів) і логічно пов'язані з роботою туристичної галузі.

Природно припустити наявність прямої залежності між дією індустрії чи сектору – наприклад, туристичного, на економіку (зокрема, на ВВП) і обсягом інвестицій, що виділяються державою на розвиток даної галузі або сектору. У Туреччині в 2009 р. відношення частки туристичної галузі у ВВП (у відсотках від загального значення ВВП) до державних інвестицій складає 2,0:1,0. В світі в цілому і в країнах ЄЕС це співвідношення складає 2,7:1,0 і 3,4:1,0 відповідно. Звідси витікає, що в Туреччині, як правило, виділяє на розвиток туризму значно більше засобів, чим в інших країнах світу.

У цілому загальні показники розвитку туризму в Туреччині можна зводити в таблицю (див.).

Таблиця 3.4

Основні показники індустрії туризму Туреччини

	Всього	% у стране	Щорічний темп зростання в 2008–19 рр. (%, прогноз)
Населення (млн. чіл.), 2009	77,0		
Територія (тис. кв.км)	783,6		
ВНП (млрд. дол.), 2009	659,3	100,0	
ВНП (ППС, дол. на душу) 2009	12858	100,0	
Реальне зростання ВВП (%), 2009	4,6		
<i>Індустрія туризму, 2007</i>			
ВВП (млрд. дол.)	27,0	3,8	3,9
Зайнятість (тис. робочих місць)	443	2,3	3,0
<i>Економіка туризму, 2007</i>			
ВВП (млрд. дол.)	64,0	3,2	4,0
Зайнятість (тис. робочих місць)	1375	6,4	3,4
Прибуття іноземних туристів (млн. осіб), 2009	20,3		
Прибуток від іноземного туризму (млрд. дол.), 2009	26,0		

Джерело: [57, 59. 63]

3.4. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Індекси конкурентоспроможності туризму для всіх країн розраховуються з 2004 р. в рамках програми Усесвітнього Економічного Форуму по встановленню ступеня загальною конкурентоспроможністю країн світу.

Індекс глобальної конкурентоспроможності туризму Туреччини складає 4,2 бали (максимум – 7 балів), і в рейтингу конкурентоспроможності країна займає 54-е місце серед 130 країн світу. Якщо розбити на цей показник на субіндекси (складові загального індексу), то Туреччина має конкурентну перевагу в розділі «Законодавча база туризму» (бал 4,6; місце 56) і в розділі «Людські, культурні і природні ресурси туризму» (бал 4,3, місце 44).

Серед окремих індикаторів конкурентоспроможності Туреччини найбільшими є «культурні ресурси» (28 місце), «схильність до туризму» (38 місце), «політичні норми і правила» (43 місце) та «пріоритетність туризму» (45 місце).

Головні конкурентні недоліки туристської індустрії Туреччини – «цінова політика» (103-е місце), «екологічні можливості» (90-е місце), «наявність компетентної робочої сили» (85-е місце), «безпека і захищеність» (79-е місце), «природні ресурси» (79-е місце).

Таблиця 3.4

Індекси конкурентоспроможності туризму Туреччини в 2008 році

	Місце	Бал
ІКТ 2008 року	54	4,2
А. Законодавча база туризму	56	4,6
1. Політичні норми і правила	43	4,7
2. Екологічні можливості	90	4,1
3. Безпека і захищеність	79	4,8
4. Здоров'я і гігієна	62	4,6
5. Пріоритетність туризму	45	4,6
В. Умови бізнесу і інфраструктура туризму	57	3,7
6. Інфраструктура авіатранспорту	44	3,7
7. Наземна транспортна інфраструктура	63	3,8
8. Інфраструктура туризму	50	4,0
9. Інфраструктура зв'язку	55	3,0
10. Цінова конкурентоспроможність туристської індустрії	103	4,2
С. Людські, культурні і природні ресурси туризму	44	4,3
11. Людські ресурси	73	4,9
Освіта і навчання	65	4,7
Наявність компетентної робочої сили	85	5,2
12. Схильність до туризму	38	5,1
13. Природні ресурси	79	3,0
14. Культурні ресурси	28	4,1

Джерело: [57, 59]

Аналіз динаміки розвитку індустрії туризму в Туреччині показує, що в найближчій перспективі (до 2020–2025 року) темпи зростання галузі перевищуватимуть темпи зростання ВВП країни і загальної зайнятості. Тобто, туризм має вищий мультиплікатор, ніж інші галузі господарства Туреччині, і питома вага туризму в економіці країни підвищиться (приблизно до 10-12%).

Розглянувши таблицю «Індекс глобальної конкурентоспроможності Туреччини» можна сказати, що найкращими з 12 показників індексу глобальної конкурентоспроможності Туреччини є розмір ринку (5,3), а саме індекс розміру внутрішнього ринку, знаходячись при цьому на 12 місці в світі, але Туреччина поступово втрачає свої позиції. Найкращий показник цього індексу мають Сполучені Штати Америки і складає 7. За розміром зовнішнього ринку Туреччина займає 17 місце, маючи при цьому показник індексу 5,4.

Достатньо не погані показники Туреччина має з інфраструктури. А саме за якістю загальної інфраструктури Туреччина займає 69 місце, маючи при цьому індекс конкурентоспроможності 3,4. Лідером цього показника є Швейцарія. За якістю інфраструктури авіатранспорту країна знаходиться на 60 місці. Максимальний такий бал має Сінгапур.

Щодо рівня розвитку фінансового ринку, то Туреччина демонструє дуже не погані показники: займає за цим показником 49 місце в світі і має індекс конкурентоспроможності 4,6, таким чином маючи конкурентні переваги перед іншими країнами. Найкращими конкурентоспроможними перевагами володіє звичайно Швейцарія, маючи індекс 6,7 серед можливих 7-ми. Також Туреччина має значні конкурентоспроможні переваги з надійності захисту інвестора на ринку, займаючи при цьому 25 місце, що є досить не мало важливим для процвітання туристичного бізнесу в країні. Кращий показник в цій сфері має Нова Зеландія.

Розглядаючи такий показник як досконалість бізнесу можна сказати, що він є достатньо багатообіцяючим: за якістю місцевих постачальників Туреччина займає 49 місце (1 місце – Германія), розповсюдження маркетингу – 50

місце (I місце – Сполучені Штати Америки), готовність до передачі повноважень – 46 місце (I – Швеція).

Розглянувши першу групу індикаторів індексу глобальної конкурентоспроможності, а саме «Державні та суспільні установи» можна побачити, що Туреччина майже по всіх показниках займає позицію нижче середнього (права власності – 77 місце, захист інтелектуальної властивості – 65, розподіл державних фондів – 80, ефективність правової системи – 96, міра відповідальності фірм – 51).

Найбільші проблеми для ведення туристичного бізнесу в Туреччині створюють державна бюрократія, проблеми фінансування, корупція, податкові правила і ставки, недостатньо розвинута інфраструктура, злочини та крадіжки (так вважає більше половини опитаних в 2007–2008 році директорів великих компаній і ведучих туроператорів).

ВИСНОВКИ

За наслідками аналізу і розрахунків сформульовані такі основні висновки:

1. Аналіз і оцінку рівня розвитку туристичної галузі країни та її місця в національному та світовому господарстві треба проводити за наступними статистичними й інтегральними показниками:

а) Питома вага у ВВП, зайнятості, експорті та імпорті країни, макрорегіону і світу в цілому;

б) Структура галузі та її вплив на економіку країни та світу;

в) Конкурентоспроможність галузі на регіональному та світовому туристичному ринку.

2. Розповсюдження в Туреччині практично всіх видів туризму – морського і наземного, спортивного і лікувально-оздоровчого, екстремального і пляжного і так далі – пояснюється перш за все унікальним поєднанням природних ресурсів: це тепле море, м'який і здоровий середземноморський та гірський клімат, колосальна протяжність берегової лінії, гірський рельєф з його прекрасними панорамними видами, тропічні ліси та інше. Навряд чи можна знайти в світі іншу країну для порівняння.

3. Другий найважливіший чинник розвитку туризму до Туреччини – як найдавніша й оригінальна історія і культура країни, де є свідoctва і реліквії, що збереглися до наших днів. Туреччина входить в першу десятку в світі по числу культурних пам'ятників світової спадщини.

4. Третій найважливіший чинник, що забезпечив високий рівень розвитку туризму, – відвертість населення Туреччини по відношенню до іноземців. Турки — гостинний і доброзичливий народ.

5. По кількості іноземних туристів з розрахунку на душу населення (0,3 усіх осіб на одного жителя в середньому за 2000-2008 роки) Туреччина випереджає всі країни Східної Європи та Близького Сходу, окрім деяких мікроскопічних держав, як Об'єднані Арабські Емірати). Та ж картина складається і по доходах від туризму з розрахунку на душу населення.

5. Внутрішній мультиплікатор доходу в туризмі (відношення економіки туризмі до індустрії туризму, або відношення попиту до споживання) в Туреччині складає 1,3 одиниць. Ця величина менша, наприклад, чим в Росії (1,6 одиниць), що говорить про вищий рівень задоволення туристського попиту в порівнянні з іншими країнами, але щодо меншої ефективності капіталовкладень в галузь, чим в інших країнах.

6. Індекс глобальної конкурентоспроможності туризму Туреччини складає 4,2 бали (максимум – 7 балів), і в рейтингу конкурентоспроможності країна займає 54-е місце серед 130 країн світу. Якщо розбити на цей показник на субіндекси (складові загального індексу), то Туреччина має конкурентну перевагу в розділі «Законодавча база туризму» (бал 4,6; місце 56) і в розділі «Людські, культурні і природні ресурси туризму» (бал 4,3, місце 44).

7. Серед окремих індикаторів конкурентоспроможності Туреччини найбільшими є «культурні ресурси» (28 місце), «схильність до туризму» (38 місце), «політичні норми і правила» (43 місце) та «пріоритетність туризму» (45 місце).

8. Головні конкурентні недоліки туристської індустрії Туреччини – «цінова політика» (103-е місце), «екологічні можливості» (90-е місце), «наявність компетентної робочої сили» (85-е місце), «безпека і захищеність» (79-е місце), «природні ресурси» (79-е місце).

9. Найбільші проблеми для ведення туристичного бізнесу в Туреччині створюють державна бюрократія, проблеми фінансування, корупція, податкові правила і ставки, недостатньо розвинута інфраструктура та злочини.

10. Аналіз динаміки темпів зростання кількості іноземних туристів дає можливість прогнозувати перспективний розвиток (див. рис. 3.1–3.2). Як бачимо, логарифмічний тренд показує на найближчі 10 років деяке згладжування та зниження темпу зростання прибуттів туристів приблизно до 4% за рік. Таким чином, у 2019–2020 році кількість прибуваючих іноземців може скласти біля 36 млн. осіб.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. Учебное пособие для вузов. – М.: Аспект-пресс, 2001. – 464 с.
2. Биржаков М.Б., Никифорова В.И. (под ред.). Большой Глоссарий терминов международного туризма. – Спб.: Герда, 2009.
3. Большая Энциклопедия Кирилла и Мефодия (на CD-диске)
4. Большая Энциклопедия Путешественника / CD-диск – ООО Меридиан, 2002.
5. Вольский В.В. Социально-экономическая география зарубежного мира. – М., 2003.
6. Всемирная организация торговли (ВТО) – <http://www.wto.org>
7. Всемирное культурное и природное наследие. Документы, комментарии, списки объектов. – М.: ИНСТИТУТ НАСЛЕДИЯ, 1999.
8. Всемирный Экономический Форум – <http://www.weforum.org/>
9. Всетурецкий туристический справочник – <http://www.web-turkey.tr>
10. Горячкина Т.В., Ячин И.Г. Страны мира: соврем. справ. – Славянский дом книги, 2004. – 606 с.
11. Группа Мирового банка – <http://www.worldbank.org/>
12. Дахно І.І., Тимофієв С.М. Країни світу: Енциклопедичний довідник. – Кю: МАПА, 2007. – 608 с.
13. Деловая Турция. Экономика и связи с Россией в 2000-05 гг. // Справочники ПОЛПРЕД – <http://www.polpred.com>
14. Довгань Г.Д., Сиротенко А.И., Стадник А.Г., Страноведение: Справочник. – Харьков: Веста: «Ранок», 2007. – 480 с.
15. Электронний атлас для курсу «Економічна і соціальна географія світу, 10–11 класи» / CD-диск – ЗАТ «Інститут передових технологій», 2005.
16. Зорин И., Квартальнов В. Толковый словарь туристских терминов. – Москва–Афины: 1994. – 407 с.
17. Квартальнов В.А. Иностранный туризм. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 312 с.

18. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 320 с.
19. Конкурентоспособность, инновации и квалифицированная рабочая сила: Исследования по оценке инвестиционного климата / World Bank Moscow Office, 2009. – <http://web.worldbank.org/>
20. Консультационный центр «Вегатур» – <http://vegatur.ru/>
21. Крамаренко О.С., Грицак Ю.П. Роль государства в развитии туризма в Турции // В зб. «Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції 22 травня 2009 року. – Харків: ХНУ ім. В.Каразіна, 2009. – с. 158-160.
22. Кузнецова Ю.В. (под ред.) Страны и народы. Популярная энциклопедия. – СПб.: Дельта, 1997.
23. Мировая организация торговли – <http://www.wto.org>
24. Мировое хозяйство и международные экономические отношения: Учебное пособие. / Под. ред. А.П. Голикова и др. – Симферополь, СОНАТ, 2003. – 432 с.
25. Моул Дж. Особенности национальной психологии народов новой Европы: бизнес, общение, успех / Джон Моул; пер. с англ. О.Л.Сергеевой. – М.: Астрель: АСТ, 2009, – 381 с.
26. Новиков М. Статистика, показатели и методы анализа – Минск, 2005. – 524 с.
27. Окладникова Е.А. Международный туризм. География туристских ресурсов мира. Учебное пособие. – М.-СПб., 2002.
28. Оперативно-аналитический обзор основных социально-экономических показателей Греции за 2004 год – <http://www.polpred.com>
29. Организация туризма: Учебное пособие / Под. ред. Н.Кабушкина. – Минск: Новое знание, 2009. – 632 с.
30. Основні положення Звіту про конкурентоспроможність України 2008. Маргарета Дрзенік Хану, Т'єрі Гейгер. Всесвітній економічний форум
31. Основные показатели развития туризма в 2004 году / Нна русском языке. – Всемирная Туристская организация:

32. Официальный сайт статистики Центра международной торговли ЮНКТАД/ВТО – <http://www.intracen.org>
33. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
34. Пузакова Е.П., Честникова В.А. Международный туристический бизнес. – М.: Экспертное бюро-М, 1997. 176 с.
35. Российская Федерация: Влияние туризма и путешествий на рынок труда и экономику / На рус. языке – 2009 World Travel & Tourism Council – <http://www.wttc.org>
36. Самуэльсон Пол, Нордхаус Вильям. Экономика. / Пер. с англ: 16-е изд. – М.: Вильямс, 2003. – 688 с.
37. Сапожникова Е.Н. Страноведение: Теория и методика туристского изучения стран: Учебное пособие для вузов. – М.: Академия, 2004. – 240 с.
38. Сенин В.С. Организация международного туризма. Учебник. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 400 с.
39. Сломан Дж. Экономикс. 5е изд. / Пер. с англ. под ред. С.В.Лукина – СПб: Питер, 2005 – 832 с.
40. Страны и регионы мира: экон.-полит.справ./ Под ред. А.С. Булатова. – М.: Проспект: Велби, 2009. – 617с.
41. Страны мира: Оксфордский словарь / DVD-диск – ООО «ДиректМедиа Пабблишинг», 2009.
42. Страны мира: Справочник 2009 / Под ред. С.В.Лаврова. – М.: Республика, 2009. – 592 с.
43. Страны мира: Энциклопедия путешественника / CD-диск – ООО «Эксфорс», 2002.
44. Страны мира: Энциклопедический справочник. – Смоленск: Русич, 2004. – 624 с.
45. Толковый англо-русский словарь «Международная экономика и таможенное дело». – М., 1998.
46. Туреччина: Соціально-економічний розвиток наприкінці 20 століття / 36. статей. – Одеса: ОНУ, 1999. – 264 с.
47. Туристический атлас мира / DVD-диск – ООО «Сигма», 2007.

48. Уваров В.Д., Борисов К.Г. Международные туристские организации: Справочник. – М.: Международные отношения, 1990. – 287 с.
49. Филиппова И.Г., Погодина В.Л., Лукьянов Е.А. География туризма: Учебник. – СПб.: Бизнес-Пресса, 2007. – 264 с.
50. Храбровиченко В.В. Экологический туризм. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 204 с.
51. Энциклопедия «Кругосвет» / CD-диск – <http://www.krugosvet.ru>
52. Europe in figures: Eurostat yearbook 2003–05.— <http://europa.eu.int>
53. FDI Confidence Index Global Business Policy Council 2005 Volume 8 // 2005 World Economic Forum. – <http://www.weforum.org>
54. Greece: The impact of Travel & Tourism on jobs and the economy – 2009 World Travel & Tourism Council – <http://www.wttc.org>
55. Human Development Report 2007/2008/ – <http://hdr.undp.org/statistics/>
56. Main Economic Indicators 2000–04.— <http://www.oesd.org>
57. The Global Competitiveness Report 2008–2009 // 2009 World Economic Forum. – <http://www.weforum.org>
58. The Global Information Technology Report 2008–2009 Mobility in a Networked World // 2009 World Economic Forum. – <http://www.weforum.org>
59. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009.— World Economic Forum. – Geneva, Switheland 2009.— 525 p.
60. The Ukraine Competitiveness Report 2008. – World Economic Forum. – Geneva, Switheland 2008.— 270 p. – <http://www.weforum.org>
61. World Bank Atlas 2000–04.— <http://www.worldbank.org>
62. World Development Indicators 2000–04.— <http://www.worldbank.org>
63. World Factbook 2007–2008 – <http://www.cia.gov>
64. World Travel & Tourism Council – http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research
65. UNESCO Institute for Statistics – <http://www.unesco.org/statistics>

ДОДАТКИ

Додаток А

Індикатори конкурентоспроможності туристської галузі Туреччини

Turkey

Key indicators

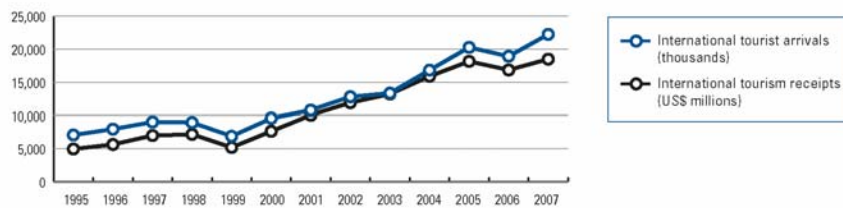
Population (millions), 2007	75.2
Surface area (1,000 square kilometers)	783.6
Gross domestic product (US\$ billions), 2007	659.3
Gross domestic product (PPP, US\$) per capita, 2007	12,858.4
Real GDP growth (percent), 2007	4.6
Environmental Performance Index, 2008 (out of 149 countries)	72

Travel & Tourism indicators

		Percent of total	2009–2018 annual growth (% forecast)
T&T industry, 2008 estimates			
GDP (US\$ millions)	26,391	4.6	4.4
Employment (1,000 jobs)	679	2.9	0.2
T&T economy, 2008 estimates			
GDP (US\$ millions)	65,684	11.3	4.8
Employment (1,000 jobs)	1,659	7.2	0.5

Source: World Travel & Tourism Council, TSA Research 2008

International tourist arrivals (thousands), 2007 22,248
 International tourism receipts (US\$ millions), 2007 18,487



Source: United Nations World Tourism Organization

Travel & Tourism Competitiveness Index

	Rank (out of 133)	Score (1–7 scale)
2009 Index	56	4.2
2008 Index	54	4.2
T&T regulatory framework	63	4.6
Policy rules and regulations	44	4.8
Environmental sustainability	104	4.1
Safety and security	92	4.6
Health and hygiene	62	4.8
Prioritization of Travel & Tourism	46	4.7
T&T business environment and infrastructure	60	3.7
Air transport infrastructure	44	3.8
Ground transport infrastructure	62	3.6
Tourism infrastructure	44	4.0
ICT infrastructure	57	3.1
Price competitiveness in the T&T industry	109	4.0
T&T human, cultural, and natural resources	44	4.3
Human resources	72	5.0
Education and training	79	4.5
Availability of qualified labor	49	5.5
Affinity for Travel & Tourism	47	5.0
Natural resources	89	2.8
Cultural resources	27	4.3

Індикатори конкурентоспроможності туристської галузі Туреччини

Turkey

The Travel & Tourism Competitiveness Index in detail

■ Competitive Advantage ■ Competitive Disadvantage

INDICATOR	RANK/133	INDICATOR	RANK/133
1st pillar: Policy rules and regulations		8th pillar: Tourism infrastructure	
1.01 Prevalence of foreign ownership	42 ... ■	8.01 Hotel rooms*	64 ... ■
1.02 Property rights	83 ... ■	8.02 Presence of major car rental companies*	1 ... ■
1.03 Business impact of rules on FDI	50 ... ■	8.03 ATMs accepting Visa cards*	52 ... ■
1.04 Visa requirements*	21 ... ■	9th pillar: ICT infrastructure	
1.05 Openness of bilateral Air Service Agreements*	43 ... ■	9.01 Extent of business Internet use	46 ... ■
1.06 Transparency of government policymaking	97 ... ■	9.02 Internet users*	74 ... ■
1.07 Time required to start a business*	9 ... ■	9.03 Telephone lines*	55 ... ■
1.08 Cost to start a business*	74 ... ■	9.04 Broadband Internet subscribers*	46 ... ■
2nd pillar: Environmental sustainability		9.05 Mobile telephone subscribers*	62 ... ■
2.01 Stringency of environmental regulation	84 ... ■	10th pillar: Price competitiveness in the T&T industry	
2.02 Enforcement of environmental regulation	86 ... ■	10.01 Ticket taxes and airport charges*	22 ... ■
2.03 Sustainability of T&T industry development	55 ... ■	10.02 Purchasing power parity*	96 ... ■
2.04 Carbon dioxide emissions*	61 ... ■	10.03 Extent and effect of taxation	122 ... ■
2.05 Particulate matter concentration*	78 ... ■	10.04 Fuel price levels*	127 ... ■
2.06 Threatened species*	98 ... ■	10.05 Hotel price index*	57 ... ■
2.07 Environmental treaty ratification*	125 ... ■	11th pillar: Human resources	
3rd pillar: Safety and security		11.01 Primary education enrollment*	77 ... ■
3.01 Business costs of terrorism	117 ... ■	11.02 Secondary education enrollment*	84 ... ■
3.02 Reliability of police services	83 ... ■	11.03 Quality of the educational system	77 ... ■
3.03 Business costs of crime and violence	65 ... ■	11.04 Local availability of research and training services	68 ... ■
3.04 Road traffic accidents*	100 ... ■	11.05 Extent of staff training	90 ... ■
4th pillar: Health and hygiene		11.06 Hiring and firing practices	51 ... ■
4.01 Physician density*	65 ... ■	11.07 Ease of hiring foreign labor	87 ... ■
4.02 Access to improved sanitation*	63 ... ■	11.08 HIV prevalence*	1 ... ■
4.03 Access to improved drinking water*	53 ... ■	11.09 Business impact of HIV/AIDS	37 ... ■
4.04 Hospital beds*	68 ... ■	11.10 Life expectancy*	55 ... ■
5th pillar: Prioritization of Travel & Tourism		12th pillar: Affinity for Travel & Tourism	
5.01 Government prioritization of the T&T industry	35 ... ■	12.01 Tourism openness*	96 ... ■
5.02 T&T government expenditure*	121 ... ■	12.02 Attitude of population toward foreign visitors	42 ... ■
5.03 Effectiveness of marketing and branding	41 ... ■	12.03 Extension of business trips recommended	3 ... ■
5.04 T&T fair attendance*	14 ... ■	13th pillar: Natural resources	
6th pillar: Air transport infrastructure		13.01 Number of World Heritage natural sites*	23 ... ■
6.01 Quality of air transport infrastructure	55 ... ■	13.02 Protected areas*	114 ... ■
6.02 Available seat kilometers, domestic*	19 ... ■	13.03 Quality of the natural environment	116 ... ■
6.03 Available seat kilometers, international*	25 ... ■	13.04 Total known species*	63 ... ■
6.04 Departures per 1,000 population*	67 ... ■	14th pillar: Cultural resources	
6.05 Airport density*	81 ... ■	14.01 Number of World Heritage cultural sites*	17 ... ■
6.06 Number of operating airlines*	14 ... ■	14.02 Sports stadiums*	79 ... ■
6.07 International air transport network	52 ... ■	14.03 Number of international fairs and exhibitions*	28 ... ■
7th pillar: Ground transport infrastructure		14.04 Creative industries exports*	31 ... ■
7.01 Quality of roads	54 ... ■		
7.02 Quality of railroad infrastructure	69 ... ■		
7.03 Quality of port infrastructure	88 ... ■		
7.04 Quality of ground transport network	19 ... ■		
7.05 Road density*	47 ... ■		

Джерело: [57, 59. 63]

Допоможні рахунки туристської галузі Туреччини: в турецьких лірах

TURKEY

Travel & Tourism - TRY bn	2004	2005	2006	2007	2008E	2009F	2019F
Personal Travel & Tourism	24.5	28.7	32.9	37.2	42.2	45.6	122.1
Business Travel & Tourism	6.8	6.2	7.3	7.7	8.0	9.0	21.6
Corporate	5.2	4.7	5.5	5.8	6.1	6.8	16.4
Government	1.6	1.4	1.8	1.9	1.9	2.2	5.3
Government Expenditures - Individual	0.1	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.8
Visitor Exports	23.9	26.4	26.5	26.9	30.1	32.2	71.6
Travel & Tourism Consumption	55.3	61.5	66.9	72.1	80.6	87.0	216.2
Government Expenditures - Collective	0.3	0.3	0.3	0.4	0.4	0.5	1.2
Capital Investment	17.9	20.0	23.5	17.5	20.1	19.6	42.6
Other Exports	3.2	3.1	4.1	4.6	5.6	6.3	22.3
Travel & Tourism Demand	76.7	84.9	94.9	94.5	106.7	113.4	282.3
Travel & Tourism Direct Industry							
Employment ('000)	503.3	469.5	461.9	422.8	436.6	443.1	580.9
Gross Domestic Product	25.3	29.2	31.2	33.4	36.6	40.1	91.6
Travel & Tourism Economy							
Employment ('000)	1,322.5	1,262.6	1,308.0	1,328.7	1,361.4	1,375.0	1,811.3
Gross Domestic Product	64.8	73.7	81.5	80.0	89.1	95.3	223.1

Travel & Tourism Accounts as % of National Accounts	2004	2005	2006	2007	2008E	2009F	2019F
Personal Travel & Tourism	7.8	7.8	7.8	7.8	7.8	7.8	7.8
Government Expenditures	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.5	0.6
Capital Investment	15.7	14.7	13.9	9.5	10.4	10.7	7.5
Visitor & Other Exports	20.9	21.0	18.0	16.8	15.5	15.2	10.7
Travel & Tourism Imports	8.3	6.8	6.4	6.3	6.4	6.4	6.3
Travel & Tourism Direct Industry							
Employment	2.3	2.1	2.1	2.0	2.0	2.1	2.3
Gross Domestic Product	4.5	4.5	4.1	3.9	3.8	3.8	3.2
Travel & Tourism Economy							
Employment	6.1	5.7	5.9	6.3	6.3	6.4	7.3
Gross Domestic Product	12	11.4	10.7	9.4	9.2	9.1	7.7

Travel & Tourism Real Growth (per annum except 2019 = 10-year annualised)	2004	2005	2006	2007	2008E	2009F	2019F
Personal Travel & Tourism	9.5	9.0	5.2	5.0	1.2	0.0	5.8
Business Travel & Tourism	-4.6	-14.6	7.8	-1.4	-7.3	3.5	4.7
Government Expenditures	5.2	6.7	9.1	9.9	-0.6	2.6	5.4
Capital Investment	26.7	4.6	7.6	-31.0	3.0	-10.2	3.6
Visitor Exports	2.9	3.2	-8.3	-5.8	0.3	-1.3	3.8
Other Exports	21.8	-9.9	20.1	3.3	9.0	5.3	8.7
Travel & Tourism Consumption	4.7	3.6	-0.3	0.0	-0.1	-0.1	5.0
Travel & Tourism Demand	9.8	3.3	2.3	-7.5	0.9	-1.7	5.0
Travel & Tourism Direct Industry							
Employment	-10.9	-6.7	-1.6	-8.5	3.3	1.5	2.7
Gross Domestic Product	-2.2	8.0	-2.5	-0.3	-2.2	1.3	4.1
Travel & Tourism Economy							
Employment	2.1	-4.5	3.6	1.6	2.5	1.0	2.8
Gross Domestic Product	5.4	6.2	1.2	-8.9	-0.4	-1.1	4.3

E - Estimate; F - Forecast

Джерело: [57, 59, 63]

Допоможні рахунки туристської галузі Туреччини: в доларах

TURKEY

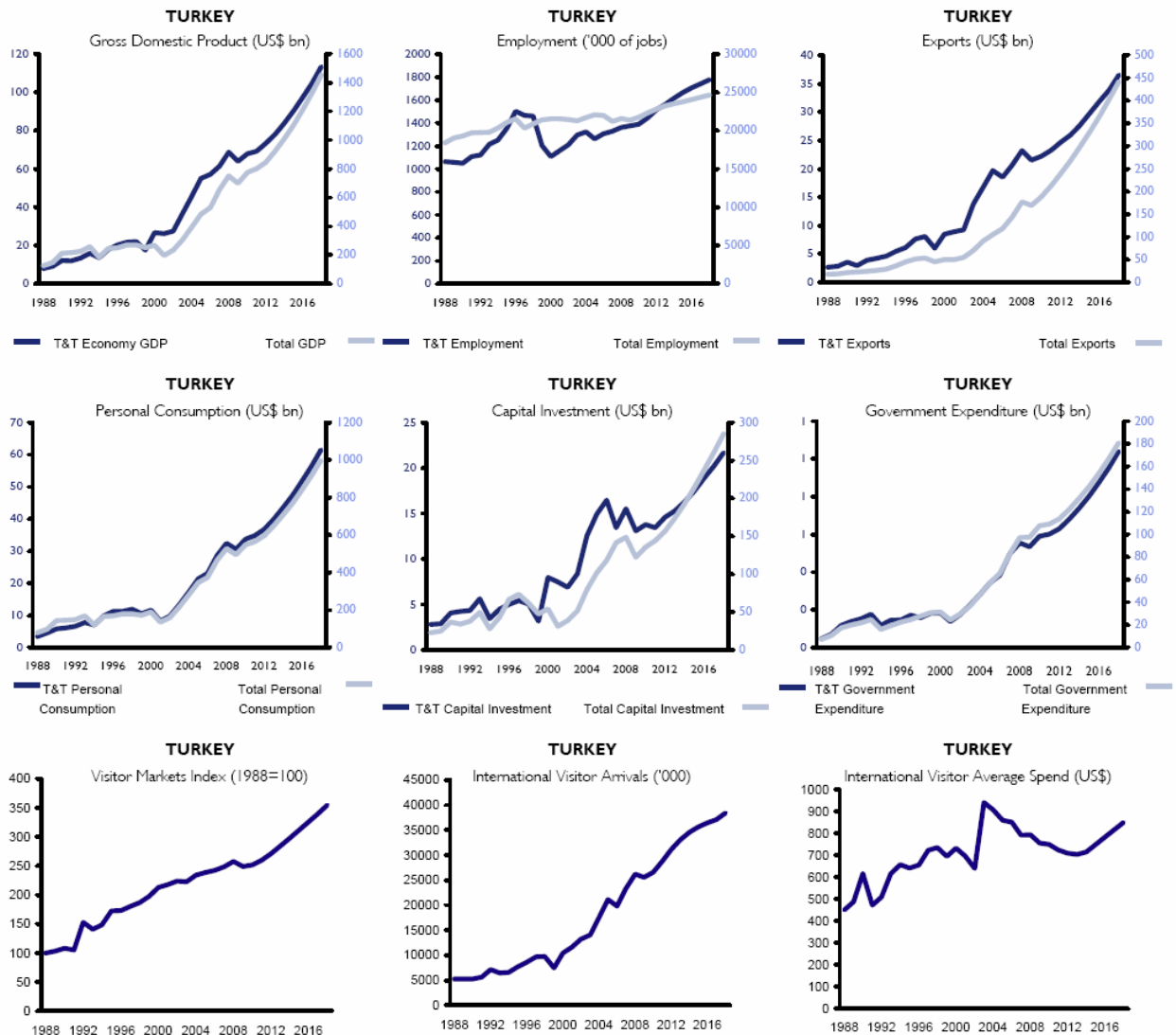
Travel & Tourism - US\$ bn	2004	2005	2006	2007	2008E	2009F	2019F
Personal Travel & Tourism	17.3	21.4	23.0	28.6	32.5	30.5	67.2
Business Travel & Tourism	4.7	4.6	5.1	5.9	6.2	6.0	11.9
Corporate	3.6	3.5	3.9	4.5	4.7	4.6	9.0
Government	1.1	1.1	1.2	1.4	1.5	1.5	2.9
Government Expenditures - Individual	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.5
Visitor Exports	16.8	19.7	18.5	20.6	23.2	21.6	39.4
Travel & Tourism Consumption	38.9	45.8	46.8	55.4	62.1	58.3	118.9
Government Expenditures - Collective	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.7
Capital Investment	12.6	14.9	16.5	13.4	15.5	13.1	23.4
Other Exports	2.3	2.3	2.9	3.5	4.3	4.2	12.3
Travel & Tourism Demand	53.9	63.3	66.4	72.7	82.2	76.0	155.3
Travel & Tourism Direct Industry							
Employment ('000)	503.3	469.5	461.9	422.8	436.6	443.1	580.9
Gross Domestic Product	17.8	21.8	21.8	25.7	28.2	26.9	50.4
Travel & Tourism Economy							
Employment ('000)	1,322.5	1,262.6	1,308.0	1,328.7	1,361.4	1,375.0	1,811.3
Gross Domestic Product	45.6	55.0	57.0	61.4	68.6	63.9	122.7

Travel & Tourism 2000 Constant US\$ bn	2004	2005	2006	2007	2008E	2009F	2019F
Personal Travel & Tourism	13.5	14.7	15.5	16.2	16.4	16.4	28.7
Business Travel & Tourism	3.7	3.2	3.4	3.4	3.1	3.2	5.1
Government Expenditures - Individual	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
Visitor Exports	13.1	13.6	12.4	11.7	11.7	11.6	16.9
Travel & Tourism Consumption	30.4	31.5	31.4	31.4	31.4	31.4	50.9
Government Expenditures - Collective	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3
Capital Investment	9.8	10.3	11.0	7.6	7.9	7.0	10.0
Other Exports	1.8	1.6	1.9	2.0	2.2	2.3	5.3
Travel & Tourism Demand	42.2	43.5	44.5	41.2	41.6	40.9	66.5
Gross Domestic Product							
Travel & Tourism Industry	13.9	15.0	14.6	14.6	14.3	14.4	21.6
Travel & Tourism Economy	36	37.8	38.3	34.9	34.7	34.3	52.5

E - Estimate; F - Forecast

Джерело: [57, 59. 63]

Основні макроекономічні індикатори туристської галузі Туреччини



Джерело: [57, 59. 63]